

## **PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PADA LINGKUNGAN KERJA DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**Andini Nur Bahri**

Dosen Prodi Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan

### **Abstrac**

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan manusia, oleh karenanya kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat. Komunikasi antar pribadi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling banyak dilakukan oleh manusia karena sifatnya yang spontan dan umpan baliknya yang segera. Komunikasi antar pribadi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi melalui media. Keduanya tanpa disadari memberikan pengaruh bagi berbagai bidang kehidupan, termasuk lingkungan kerja. Komunikasi antarpribadi dalam lingkup organisasi seperti lingkungan kerja membutuhkan sebuah proses untuk mencapai kinerja yang diinginkan. Komunikasi antarpribadi yang efektif akan memberikan informasi secara cepat dan juga gagasan yang lebih jelas yang penting dalam lingkungan kerja.

**Kata Kunci : komunikasi antarpribadi, lingkungan kerja, organisasi**

### **A. Pendahuluan**

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam suatu interaksi sosial, oleh karena itu berpengaruh dalam dunia kerja. Lingkungan kerja merupakan suatu komunitas sosial yang memfokuskan pada peran dari komunikasi, sehingga aktivitas dapat dioptimalkan. Penggunaan komunikasi baik secara verbal maupun non verbal berpengaruh cukup besar dalam lingkungan kerja yang diwujudkan dalam visi serta misi perusahaan. Secara tidak langsung dibutuhkan suatu komunikasi yang efektif dalam menggerakkan jalannya perusahaan<sup>1</sup>.

Dalam catatan sejarah yang jauh lebih luas, para ilmuwan komunikasi telah menempatkan studi mengenai komunikasi antarpribadi ke dalam bidang yang lebih

---

<sup>1</sup> Edy Sutrisno. *Budaya Organisasi* (Jakarta: Prenamedia, 2015), h. 41

luas mengenai komunikasi dan sebagai focus studi ke dalam speech communication. Studi komunikasi antarpribadi mulai berkembang besar-besaran di Amerika sejak tahun 1960-an. Fungsi utama komunikasi baik komunikasi antarpribadi dan non antarpribadi adalah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berbentuk fisik, ekonomi, dan social<sup>2</sup>.

Dari segi psikologi komunikasi, kita dapat menyatakan bahwa makin baik hubungan interpersonal, makin terbuka orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung<sup>3</sup>.

Komunikasi antar pribadi yang efektif yang dapat membantu pelaku organisasi atau karyawan untuk mendapatkan lingkungan kerja yang kondusif. Sebaliknya jika komunikasi antar pribadi tidak efektif akan menyebabkan lingkungan kerja tidak nyaman dan menghambat kemajuan organisasi.

Komunikasi antar pribadi dibutuhkan untuk memelihara hubungan yang baik sesama karyawan maupun dengan bawahan, dan atasan. Komunikasi antar pribadi yang efektif juga dapat mengatasi perbedaan pendapat dan ketegangan dalam lingkungan kerja. Pada tulisan ini akan membahas tentang pentingnya pentingnya komunikasi dalam lingkungan kerja, komunikasi antar pribadi yang efektif, klasifikasi komunikasi antar pribadi pada lingkungan kerja dan hambatan dalam komunikasi yang efektif dalam lingkungan kerja.

## **B. Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi menurut Devito adalah proses pengiriman pesan dari seseorang dan diterima orang lain dengan efek umpan balik yang langsung.<sup>4</sup> Menurut Effendy pada hakikatnya komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan umpan balik yang

---

<sup>2</sup>Muhammad Budyatna *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2011), h.21

<sup>3</sup>Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), h.120

<sup>4</sup>Aloliliweri, *Komunikasi antar pribadi*, (Bandung: Cipta Aditya Bakti, 1997), h.12

langsung.<sup>5</sup> Bentuk komunikasi dalam lingkungan kerja adalah komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal dibagi menjadi dua yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok.<sup>6</sup>

## **C. Lingkungan Kerja**

### **C.1. Pengertian Lingkungan Kerja**

Lingkungan kerja atau lokasi kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar pekerja dan yang dapat mempengaruhi dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan.<sup>7</sup> Kemudian dapat dipahami bahwa lingkungan kerja sangat besar pengaruhnya terhadap kebiasaan-kebiasanya. Apabila lingkungan kerja yang ada di sekitar karyawan baik, maka disiplin karyawan akan tinggi dan otomatis akan terjalin kerja sama yang baik dalam perusahaan.

### **C.2 Jenis Lingkungan Kerja**

Sadarmayanti menyatakan bahwa secara garis besar, lingkungan kerja terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Lingkungan Kerja Fisik

Lingkungan kerja fisik adalah semua keadaan berbentuk fisik yang dapat mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung.

b. Lingkungan Kerja Non Fisik

Lingkungan kerja non fisik adalah semua keadaan yang terjadi yang berkaitan dengan hubungan kerja, baik hubungan dengan atasan maupun sesama rekan kerja, atau hubungan dengan bawahan.

## **D. Pentingnya Komunikasi Antar Pribadi dalam Lingkungan Kerja**

---

<sup>5</sup> Ibid

<sup>6</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), h.125

<sup>7</sup> Alex Nitisemito, *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006), h.183

Komunikasi interpersonal yang efektif telah lama dikenal sebagai salah satu dasar untuk berhasilnya suatu organisasi.<sup>8</sup> Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan kerja suatu organisasi. Hal ini dapat dipahami sebab komunikasi yang tidak baik mempunyai dampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, misalnya konflik antar pegawai, dan sebaliknya komunikasi yang baik dapat meningkatkan saling pengertian, kerja sama dan kepuasan kerja. Menurut Kohler komunikasi yang efektif adalah penting dalam meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan bagi semua organisasi. Dibanding dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling efektif dalam mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan<sup>9</sup>. Hal ini disebabkan komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (face to face).

Komunikasi juga penting untuk keberfungsian organisasi dalam kehidupan sehari-harinya. Adalah melalui komunikasi para anggota organisasi : (1) mendefinisikan tujuan, (2) menggambarkan peran dan tanggung jawab anggota, (3) mengkoordinasikan pelaksanaan pekerjaan, (4) membentuk jaringan informasi, mengembangkan budaya dan iklim organisasi, yang kesemuanya memandu perilaku para anggota<sup>10</sup>.

Selain itu fungsi komunikasi dalam lingkungan kerja atau pun organisasi yaitu (1) fungsi informatif, informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi atau pun guna mengatasi konflik (2) fungsi regulatif, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi. Pesan ini berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh dilaksanakan, (3) fungsi persuasif, kekuasaan dan wewenang tidak selalu dapat mempengaruhi dan menguasai orang lain. Banyak

---

<sup>8</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h.158

<sup>9</sup> Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, 1992), h.125

<sup>10</sup> Brent, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h.325

pemimpin yang lebih suka mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah, sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela akan sempurna dibanding kalau pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya, (4) fungsi integratif, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran informasi yang memungkinkan pegawainya melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (bulletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal, seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olah raga ataupun kegiatan darmawisata<sup>11</sup>.

#### **E. Kebutuhan Komunikasi Interpersonal pada Lingkungan Kerja dalam Perspektif Islam**

Dalam perspektif Islam, akhir dari proses komunikasi adalah mengantarkan manusia untuk merasakan kehidupan yang damai dan nyaman (*silm*). Diantara menyatunya prinsip *silm* dalam komunikasi adalah celaan Allah Swt pada setiap orang yang mencela baik dengan kata-kata dan perbuatan. Allah berfirman:

“Kecelakaanlah bagi setiap pengumpat lagi pencela”(QS.al-Humazah).

Dalam diri tiap-tiap orang ada kebutuhan yang berbeda-beda, yang bersifat fisik atau biologis. Individu mempunyai kebutuhan sosial yang dipenuhinya melalui komunikasi interpersonal<sup>12</sup>. Karena kebanyakan komunikasi dalam organisasi terjadi dalam tingkatan interpersonal, adalah penting untuk mengenali kebutuhan interpersonal yang kita punyai semua. Adapun kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah:

##### 1) Kasih sayang

Kebutuhan akan kasih sayang adalah kebutuhan untuk mempertimbangkan apakah diri kita disayangi atau disukai orang lain. Dalam organisasi atau dalam pekerjaan kelihatan bahwa seseorang disukai oleh setiap orang. Orang yang

---

<sup>11</sup> Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta :Kencana Prenadamedia Group),h.280

<sup>12</sup> Arni, *Komunikasi Organisasi*,...h. 161

menghindar dari keterlibatan emosional dikatakann kurang personal.<sup>13</sup> Orang-orang yang seperti ini dapat dijumpai dimana-mana dalam organisasi. Orang-orang seperti ini seperti manusia lainnya mempunyai kebutuhan akan kasih sayang tetapi mereka belajar menutupi kebutuhan ini dengan tidak membiarkan orang lain dekat dengan mereka. Bila kita menghadapi orang-orang semacam ini dalam organisasi, jangan lah menciptakan halangan atau hambatan, tetapi hendaklah menciptakan jaringan komunikasi yang meyakinkan orang-orang ini bahwa kita mempedulikan mereka, menghargai mereka sebagaimana adanya<sup>14</sup>.

Allah menyebutkan komunikasi dengan istilah “*bayan*”, yang artinya kemampuan menyampaikan sesuatu dengan jelas. Sebaliknya, komunikasi yang tidak terbangun dengan baik bisa menimbulkan mpermasalahan dalam hidup. Allah berfirman”*Dan diantara tanda-tanda kekuasaannya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui* (Q.SAr Ruum :22)

Tugas Nabi Muhammad dalam hal ini adalah mengarahkan manusia agar membangun komunikasi yang dapat mendatangkan hubungan kasih sayang, bukan komunikasi yang menimbulkan kebencian.

Bentuk kasih sayang yang diajarkan Allah lewat RasulNya adalah melarang manusia untuk tidak saling berkomunikasi lebih dari tiga hari jika didasarkan alas an kebencian. Dalam Islam, perbuatan tidak menegur selama 3 hari atas dasar kebencian hukumnya adalah haram.<sup>15</sup>

## 2) Diikutsertakan

Kebutuhan merasa berarti dan diperhitungkan adalah merupakan kebutuhan interpersonal diikutsertakan. Menurut Schutz orang-orang yang tidak dapat memenuhi kebutuhan ini dinamakan kurang sosial atau terlalu sosial. Orang yang kurang sosial ini merasa amat malu dan sangat sulit untuk menciptakan percakapan

---

<sup>13</sup> Ibid

<sup>14</sup> Ibid

<sup>15</sup> Harjani Hefni. *Komunikasi Islam* (Prenadamedia group: Jakarta: 2017), h.67

dengan orang lain dalam organisasi atau lingkungan kerja. Mereka lebih suka mengerjakan sesuatu sendiri dalam kelompok yang besar sehingga mereka dapat bersembunyi dalam keramaian. Orang-orang ini sangat sulit menyumbangkan informasi karena mereka takut bahwa mereka akan kurang diperhatikan.

Lawan dari orang yang kurang sosial adalah orang yang terlalu sosial yang tidak dapat dihentikan dari keterlibatan komunikasi dengan orang lain. Dalam organisasi atau lingkungan kerja orang-orang yang yang suka berbicara ini diinginkan oleh orang lain agar diam sejenak dan sering mereka dinamakan besar mulut. Individu yang telah memuaskan kebutuhan mereka dalam penghargaan ini dinamakan orang yang sosial. Orang ini sanggup menganani situasi dengan atau tanpa orang lain.<sup>16</sup>

### 3) Kontrol

Kontrol adalah kebutuhan yang timbul karena rasa tanggung jawab dan kepemimpinan. Ada tiga tipe yang berbeda. Yang pertama, abdikrat yaitu orang-orang yang yang kepribadiannya patuh pada orang lain. Mereka tidak percaya atau sedikit percaya pada diri mereka dan sering menganggap diri mereka tidak mampu mengerjakan sesuatu.

Orang yang tidak pernah merasa cukup mengontrol dinamakan autokrat. Mereka mempunyai kebutuhan yang kuat akan kekuasaan bila sebelumnya mereka tidak diberikan posisi yang mengontrol atau kekuasaan dalam organisasi atau pekerjaan. Mereka mempunyai sedikit rasa menghargai orang lain atau prihatin hanya pada pekerjaan yang dilakukan dan mengabaikan efeknya pada yang lain. Demokrat adalah individu yang kebutuhan kontrolnya terpuaskan. Mereka berpikiran luas dan ingin mendengar saran orang lain untuk kebaikan organisasi. Individu ini menyukai dapat menyelesaikan pekerjaan, tetapi tidak mengorbankan orang lain<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Arni, Komunikasi Oeganisasi,..h.164

<sup>17</sup> Ibid

## **F. Komunikasi Efektif Pada Lingkungan Kerja dalam Perspektif Islam**

Komunikasi Interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan<sup>18</sup>. Di dalam kehidupan organisasi, komunikasi efektif ini menjadi sebuah kebutuhan. Banyak aturan yang harus dilengkapi penjelasan, dimaksudkan agar kesalahpahaman interpretasi dapat dihindarkan. Apabila salah seorang karyawan merasa belum jelas dengan informasi yang diterimanya, maka lebih baik meminta penjelasan. Hal ini disebabkan, komunikasi yang tidak efektif dalam lingkungan kerja bisa jadi mengakibatkan dampak negatif dan kerugian yang serius. Komunikasi efektif di lingkungan kerja akan sangat membantu peningkatan kinerja dan ketepatan dalam penyelesaian suatu urusan.

### **F.1. Indikator komunikasi efektif**

Beberapa indikator komunikasi efektif, yaitu:<sup>19</sup>

- a. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.
- b. Kesenangan, yakni apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak. Sebenarnya tujuan berkomunikasi tidaklah sekedar transaksi pesan, akan tetapi dimaksudkan pula untuk saling interaksi secara menyenangkan untuk memupuk hubungan insani.
- c. Pengaruh pada sikap, apabila seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah sesuai dengan makna pesan itu. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari di perkantoran. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

---

<sup>18</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:Rosdakarya,2005),h.118

<sup>19</sup> Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, ..h. 165



- d. Hubungan yang makin baik, bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Di perkantoran, seringkali terjadi komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau memengaruhi sikap semata, tetapi kadang-kadang terdapat maksud implisit di sebaliknya, yakni untuk membina hubungan baik.
- e. Tindakan, kedua belah pihak yang berkomunikasi melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang dikomunikasikan

## **F.2. Faktor Pendukung Komunikasi Efektif dalam Perspektif Islam**

Karena muara semua tujuan komunikasi adalah pertukaran pesan dan saling mempengaruhi, maka membangun komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan suasana yang sehat adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam Islam.

Secara umum ada beberapa karakteristik yang dapat mendukung tercapainya komunikasi yang efektif.

### **1. Komunikator**

Hal ini disebabkan, komunikasi yang tidak efektif dalam lingkungan kerja bisa jadi mengakibatkan dampak negatif dan kerugian yang serius. Komunikator sebagai personal mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap komunikasi, bukan saja dilihat dari kemampuan dia menyampaikan pesan, namun juga menyangkut berbagai aspek karakteristik komunikator.

Menurut Ibnu Hajar, “bayan” itu terbagi dua, pertama penjelasan maksud sebenarnya, kedua memperindah retorika sehingga hati para pendengar terpesona mendengarkannya. Seni menyampaikan pesan ini disebut oleh Nabi sebagai sihir karena bisa mengalihkan perhatian pendengar kepada makna yang diinginkan oleh pembicara, meskipun keliru. Jika pesan yang disampaikan membuat orang tertarik menerima pesan yang keliru, maka dia tercela. Rasulullah SAW bersabda :  
“Dari Abu Hurairah r.a Rasulullah SAW bersabda “Barang siapa mempelajari seni menyampaikan pesan untuk menawan hati manusia, Allah tidak akan menerima segala tebusannya di hari kiamat”

Tetapi jika dia mampu menarik perhatian orang dengan tujuan jalan hidayah dan orang mendapatkan jalan hidayah dan orang mendapatkan hidayah lewat perantaranya maka perbuatan tersebut sangat terpuji. Rasulullah SAW bersabda “Dari Anas bin Malik berkata, Rasulullah SAW bersabda: Tidak ada seorang pun yang mengefektifkan lisannya untuk kebenaran, lalu apa yang dia katakan diamalkan oleh orang setelahnya, kecuali Allah akan mengalirkan pahalanya sampai akhir kiamat, kemudian Allah akan sempurnakan pahalanya sampai hari kiamat, kemudian Allah akan sempurnakan pahalanya pada hari kiamat”<sup>20</sup>

Beberapa karakteristik komunikator yang efektif, dapat di sebutkan sebagai berikut:<sup>21</sup>

- a. **Kredibilitas.** Kredibilitas adalah keahlian komunikator atau kepercayaan kepada komunikator.
- b. **Daya tarik.** Hal ini berkenaan dengan keadaan yang menunjukkan penerima melihat komunikator sebagai seorang yang disenangi dalam bentuk peranan yang memuaskan. Satu lagi daya tarik komunikator, yaitu daya tarik fisik (physical attractiveness). Artinya, bahwa daya tarik fisik seorang komunikator, memudahkan tercapainya simpati dan perhatian dari komunikan.
- c. **Kekuasaan.** Artinya seorang komunikator yang memiliki kekuasaan relatif lebih mudah mempengaruhi bawahannya. Ada rasa sungkan di kalangan bawahan terhadap komunikator yang memiliki wewenang atau kekuasaan.
- d. **Kemampuan intelektual.** ialah tingkat kecakapan, kecerdasan, dan keahlian seorang komunikator.
- e. **Integritas.** Adalah keterpaduan sikap dan perilaku dalam aktivitas perkantoran sehari-hari. Komunikator yang memiliki keterpaduan, kesesuaian antara ucapan dan tindakannya akan lebih disegani oleh komunikan.
- f. **Kepercayaan.** Secara ilmiah, percaya didefinisikan sebagai mengandalkan perilaku orang lain untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, yang

---

<sup>20</sup> Harjani Hefni. *Komunikasi Islam*, h.75

<sup>21</sup> Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*,..h.1257

pencapaiannya tidak pasti dan dalam situasi yang penuh resiko.<sup>22</sup>Kalau komunikator dipercaya oleh komunikan maka akan lebih mudah menyampaikan pesan dan mempengaruhi sikap orang lain.

- g. Kepekaan social** .Yaitu suatu kemampuan komunikator untuk memahami situasi di lingkungan perkantoran.
- h. Kematangan tingkat emosional.** ialah kemampuan komunikator untuk mengendalikan emosinya, sehingga tetap dapat melaksanakan komunikasi dalam suasana yang menyenangkan di kedua belah pihak.
- i. Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan.** Artinya seorang komunikator perlu memahami kondisi psikologis orang yang diajak bicara. Memiliki lingkup pandangan (frame of reference) dan lingkup pengalaman (field of experience) tentang diri komunikan. Misalnya bagaimana watak atau kebiasaan, bagaimana tingkat pendidikannya, apa makanan kesukaannya, kapan ulang tahunnya, dan sebagainya. Pengetahuan dan pengalaman tentang hal-hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk berkomunikasi secara bijak.

## 2. Pesan

Dalam ajaran Islam, pesan yang diucapkan oleh lisan atau yang digoreskan oleh pena atau yang diidnyaratkan oleh anggota tubuh merupakan terjemahan dari keinginan hati. Raullullah SAW bersabda “Ketahuilah bahwa dalam jasad itu ada *mudghah* (segumpal daging), apabila dia baik maka baiklah seluruh tubuhnya, dan apabila dia rusak maka rusaklah seluruh tubuh.Ketahuilah segumpal tubuh itu adalah hati”.dalam melalui proses menciptakan dan menafsirkan pesan yang membuat kita dapat berinteraksi satu dengan yang lain dan dengan lingkungan sekitar kita, termasuk lingkungan kerja. Sebuah pesan adalah satu simbo atau kumpulan symbol yang memiliki arti atau kegunaan. Pesan melibatkan aturan bahasa verbal dalam bentuk ucapan dan tulisanm atau aturan bahasa non verbal

---

<sup>22</sup> Jalaluddin, Psikologi Komunikasi,..h. 130

seperti penampilan, gerak tubuh, sentuhan, atau cara lainnya<sup>23</sup>. Agar supaya komunikasi efektif, maka cara penyampaian pesan atau informasi perlu dirancang secara cermat sesuai dengan karakteristik komunikan maupun keadaan di lingkungan sosial yang bersangkutan. Memproduksi pesan sama mendasarnya Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa keberhasilan komunikasi sebagian ditentukan oleh kekuatan pesan..Dengan pesan, seseorang dapat mengendalikan sikap dan perilaku komunikan. Agar proses komunikasi terlaksana secara efektif, maka perlu dipertimbangkan berbagai teknik sebagaimana diuraikan berikut ini<sup>24</sup>.

- a. Memperhatikan tata bahasa
- b. Mengenal pengetahuan komunikan
- c. Mengenal situasi atau konteks

#### **G. Hambatan Komunikasi Efektif Dalam Lingkungan Kerja**

Secara umum, Abdillah Hanafi mengemukakan empat faktor penghambat komunikasi adalah (1) Faktor keterampilan dalam berkomunikasi (2) faktor sikap individu yang terlibat dalam komunikasi (3) faktor tingkat pengetahuan (4) faktor posisi dalam sistem sosial budaya. Roger Neugebauer dalam artikelnya "Communication: A two-way Street" mengungkapkan beberapa kendala yang sering dialami oleh sebuah organisasi dalam berkomunikasi dua arah, yaitu:

- a. Protectiveness (Perlindungan).

Pimpinan seringkali tidak memberitahukan informasi tertentu pada pegawainya atau timnya karena takut akan menyakiti hati pegawai. Alasan lain adalah bahwa pimpinan menganggap bahwa informasi tersebut harus dilindungi, dan bukan untuk konsumsi pegawai karena pegawai tidak akan mungkin mengerti apa yang akan disampaikan. Demikian pula dengan pegawai, mereka sering tidak menyampaikan informasi tertentu kepada pimpinan untuk melindungi dirinya dari tindakan pemecatan atau peringatan. Mereka takut jika informasi disampaikan

---

<sup>23</sup> Brent.D.Ruben.Komunikasi dan Perilaku Manusia (Jakarta: Rajagrafindo:2017),h.17

<sup>24</sup> Alo liliweri, Komunikasi Antar Pribadi ..h.22

maka pimpinan akan marah, lalu mendiskreditkan mereka, memberikan penilaian yang negatif terhadap mereka (sehingga berdampak pada kenaikan gaji yang kecil), atau bahkan yang paling ekstrem adalah memecat mereka.

b. Defensiveness (Pertahanan).

Selain menahan informasi, seseorang juga bisa saja tidak mau menerima informasi (menolak untuk mendengar informasi yang disampaikan). Hal ini terjadi jika mereka sudah membentuk emosi negatif terhadap orang yang memberi informasi, mungkin karena orang tersebut telah merendahkan dengan kata-kata yang menyakitkan.

c. Tendency to evaluate (Kecenderungan untuk menghakimi).

Jika mendapat informasi dari seseorang mengenai keburukan orang lain, komunikator cenderung mengambil sikap yang mengevaluasi tanpa mengumpulkan data yang lengkap sebelum berkomunikasi dengan orang yang dibicarakan tersebut.

d. Narrow perspectives (Perspektif yang sempit).

Narrow perspectives umumnya disebabkan karena jarang meninjau pekerjaan orang lain, atau keluar dari lingkungan pekerjaan sendiri, seseorang seringkali dibatasi pada cara pandangnya sendiri. Ia tidak mencoba melihat dari sudut pandang orang lain. Para pegawai, seringkali hanya melihat suatu masalah dari sudut pandangnya sendiri (kepentingan individunya semata, tanpa mencoba memahami sebuah situasi dari sudut pandang yang berbeda). Sempitnya perspektif inilah yang sering menyebabkan konflik (tiap orang hanya melihat dari sudut pandang sendiri, dan tidak mencoba memahami orang lain).

e. Mismatched expectations.

Peter Drucker mengatakan bahwa pikiran manusia seringkali hanya membatasi informasi yang cocok dengan ekspektasinya. Jika ternyata informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka orang tersebut cenderung tidak termotivasi untuk mendengarkan informasi yang disampaikan. Misalnya: jika dalam rapat-rapat ternyata seringkali tanggapannya tidak diperhatikan, maka pegawai cenderung enggan menyatakan pendapat, karena ia

beranggapan percuma saja menyampaikan pendapat, karena biasanya juga tidak ada follow-up-nya.

f. Insufficient time.

Alasan lain adalah keterbatasan waktu untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh. Karena kegiatan rutin yang harus diselesaikan dengan segera, seringkali waktu berkomunikasi dilupakan, atau komunikasi dilakukan dengan tergesa. Akibatnya, informasi yang disampaikan kepada orang lain pun tidak lengkap sehingga ada kemungkinan informasi tersebut salah dipahami.

## H. Kesimpulan

Komunikasi antar pribadi memiliki peran yang sangat penting dalam lingkungan kerja. Setiap anggota dalam organisasi akan dapat melaksanakan tugasnya dengan tepat waktu dan sesuai target kerja jika komunikasi antarpribadi terjalin dengan efektif. Komunikasi antar pribadi yang efektif menciptakan lingkungan kerja yang kondusif sehingga tingkat produktifitas kerja pun meningkat, sebaliknya komunikasi yang tidak efektif dalam lingkungan kerja bisa jadi mengakibatkan dampak negatif dan kerugian yang serius.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aloliliweri, Komunikasi antar pribadi, Bandung: Cipta Aditya Bakti,1997.
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksar,Jakarta :2007
- Brent.D.Ruben.*Komunikasi dan Perilaku Manusia* Rajagrafindo, Jakarta:2017
- Budyatna,Muhammad *Teori Komunikasi Antarpribadi*,Kencana Prenanda Media Group, Jakarta :2011
- Bungin,Burhan . *Sosiologi Komunikasi* Kencana Prenadamedia Group, Jakarata :2006
- Efendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*: Remadja Karya,Jakarta :1992
- Effendy, *Ilmu, Teori fan Filsafat Komunikasi* ,Citra Aditya Bakti, Bandung: 2000

Hefni, Harjani, *Komunikasi Islam*, Prenanda Media Group, Jakarta :2017

Nitisemito,Alex *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*, Ghalia Indonesia, Jakarta :2006

Rahmat,Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*,Rosdakarya, Bandung:2005

Sutrisno,Edy. *Budaya Organisasi* Prenamedia, Jakarta: 2015