



DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA RACANA AL-FAROBY GUGUS DEPAN 04.091

(Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi pada Racana Al-Faroby Gugus Depan 04.091)

Willy Gifari Cahya Gumilang, Abdullah

UNIDA Gontor; Email: willygifaricahyagumilang18@student.ilkom.unida.gontor.ac.id

SSTM AR Fachrudin; Email: abdullahinsijam@gmail.com

Abstract

Keywords:

Dimensions of Organizational Communication, Racana Al-Faroby, Internal Communication, External Communication.

Racana Al-Faroby is an organization that accommodates Darussalam Gontor University students who have an interest and talent in scouting. In the Al-Faroby Racana organization there are several structures filled by active students from Darussalam Gontor University. Racana Al-Faroby was founded in 2004 and was inaugurated as a Student Activity Unit (UKM) in scouting activities at Darussalam Gontor University. This study aims to determine what dimensions of organizational communication occur in Racana Al-Faroby as an organization that accommodates scout students. The purpose of this study is to determine the dimensions of organizational communication that exist in Racana Al-Faroby as a student activity unit organization in scouting activities. This research is a type of qualitative research that uses the case study method. The data collection technique uses interview techniques as the main data source. The results showed that the dimensions of Racana Al-Faroby's organizational communication mostly occur in activities organized by Racana Al-Faroby. Formal communication (upward communication, downward communication, horizontal communication) occurs at Weekly. External communication through various mass media.

Abstrak

Kata Kunci :

Dimensi Komunikasi Organisasi, Racana Al-Faroby, Komunikasi Internal, Komunikasi Eksternal.

Racana Al-Faroby merupakan organisasi yang mewadahi mahasiswa Universitas Darussalam Gontor yang memiliki minat dan bakat dalam berpramuka. Didalam organisasi Racana Al-Faroby terdapat beberapa struktur yang diisi oleh mahasiswa aktif dari Universitas Darussalam Gontor. Racana Al-Faroby mulai didirikan pada tahun 2004 dan diresmikan menjadi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dalam kegiatan pramuka di Universitas Darussalam Gontor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja dimensi komunikasi organisasi yang terjadi pada Racana Al-Faroby sebagai organisasi yang mewadahi mahasiswa pramuka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi komunikasi organisasi yang ada pada Racana Al-Faroby sebagai organisasi unit kegiatan mahasiswa dalam kegiatan pramuka. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara sebagai sumber data utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi komunikasi organisasi Racana Al-Faroby paling banyak terjadi pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Racana Al-Faroby. Komunikasi formal (komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal) terjadi di Mingguan. Komunikasi eksternal

PENDAHULUAN

Racana Al-Faroby adalah sebuah organisasi yang mewadahi para mahasiswa Universitas Darussalam Gontor yang memiliki minat dan bakat dalam kegiatan berpramuka. Para mahasiswa ini mengajarkan ilmu berpramuka kepada siswa dan siswi SD sekitar daerah Ponorogo. Seiring berjalannya waktu bertambah banyak mahasiswa yang ingin mengajar pramuka dan banyaknya SD sekitar yang ingin diajar atau dibina siswa dan siswinya oleh mahasiswa dari UNIDA, akhirnya didirikanlah organisasi yang mewadahi mereka dan dinamakan Al-Faroby. Racana Al-Faroby awal mula didirikan pada tahun 2004 oleh Bapak Imam Toriqor yang berisikan mahasiswa yang senang berpramuka dan mahasiswa pecinta alam (MAPALA). Racana adalah salah satu organisasi kemahasiswaan, sebagai wadah untuk mengembangkan bakat dan minat di bidang kepramukaan, yang memiliki struktur pembinaan. Nama Al-Faroby sendiri diambil dari salah satu ilmuwan dan filsuf islam yang berasal dari Farab, Kazakhstan.

Dalam Racana Al-Faroby sendiri terdapat beberapa kegiatan internal maupun eksternal. Diantaranya kegiatan internal dari Racana Al-Faroby seperti diklat mingguan, jelajah alam, rapling, penerimaan tamu racana (PTR), Musyawarah Gugus depan (MUGUS), dll. Adapun kegiatan eksternal dari racana Al-Faroby seperti Lomba Giat Prestasi antar SD/MI binaan Racana Al-Faroby yang diadakan setiap tahunnya, Unida Rover Scout Championship (URSC) lomba pramuka penegak se-ponorogo dan Dies Maulidiah Racana Al-Faroby.

Penerimaan Tamu Racana (PTR) adalah penerimaan anggota racana baru yang dilakukan sekali setiap tahunnya diawal kedatangan mahasiswa baru. Para peserta (PTR) diharuskan melakukan serangkaian kegiatan selama satu bulan penuh sebelum disahkan menjadi anggota resmi Racana Al-Faroby. Tidak sedikit juga dari mahasiswa yang gagal dalam kegiatan PTR ini maka dari itu dilakukan seleksi dengan serius yang pada akhirnya mahasiswa yang telah disahkan menjadi anggota racana Al-Faroby dibagi untuk membina beberapa SD/MI binaan Racana Al-Faroby.

Komunikasi organisasi yang terjadi di Racana Al-Faroby merupakan sebuah proses yang bergantung dengan beberapa hal, terlebih dengan kaitannya sebagai organisasi yang berusaha mengembangkan potensi dari sebuah minat dan bakat mahasiswa dalam berpramuka. Apasaja dimensi-dimensi komunikasi organisasi yang ada di Racana Al-Faroby

ini mencapai tujuan organisasi untuk mengembangkan potensi mahasiswa menjadi ketertarikan penulis untuk membahasnya.

Artikel akan menjawab pertanyaan apasaja dimensi-dimensi komunikasi organisasi pada Racana Al-Faroby Gugus Depan 04.091?

METODE PENELITIAN

Penelitian Komunikasi *Racana AL-Faroby* ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang didukung data kualitatif. Menurut Kriyantono (2008: 56) riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam-dalamnya. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dalam *purposive sampling* peneliti mempunyai kecenderungan untuk memilih dan menentukan sendiri informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalah penelitian secara mendalam serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap (Sutopo, 2002; 56). Pemilihan informan pada penelitian ini perwakilan dari pengurus Racana Al-Faroby, mulai dari Ketua Dewan Racana (KDR) Al-Faroby dan dianggap mengetahui informasi secara mendalam mengenai Racana Al-Faroby. Pembimbing Gugus Depan (BINDEP), anggota Racana Al-Faroby yang ikut ternaung dalam organisasi di Racana Al-Faroby yang selalu aktif dalam organisasi sehingga dianggap mampu memberikan informasi Racana Al-Faroby dari tahun ke tahun, masyarakat umum yang merupakan perwakilan dari luar organisasi, terutama para guru yang mendampingi adika-adika di SD/MI binaan Racana Al-Faroby yang selalu berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Para MABIGUS yang merupakan pelaksana urusan yang turut serta dalam membentuk organisasi Racana Al-Faroby untuk menyelamatkan dan mengembangkan kembali minat adika-adika dalam berpramuka. Narasumber dalam penelitian ini yaitu informan yang berasal dari 5 anggota Racana Al-Faroby, 1 dari Ketua Dewan Racana (KDR), 1 dari MABIGUS dan 1 dari guru SD Binaan.

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam sebagai data primer dan dokumentasi sebagai data sekunder. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik analisa data milik Miles dan Huberman, mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Organisasi

Organisasi amat diperlukan dalam kehidupan manusia, terlebih lagi dalam

kehidupan modern. Organisasi membentuk manusia untuk melaksanakan hal-hal dan kegiatan-kegiatan yang tidak bisa dilaksanakan dengan baik sebagai individu. Organisasi-organisasi merupakan bagian dari lingkungan tempat bekerja, tempat menuntut ilmu, tempat bermain. Organisasi-organisasi mempengaruhi kehidupan begitu juga sebaliknya manusia dapat pula mempengaruhi sebuah organisasi.

Istilah “organisasi” dalam bahasa Indonesia atau *organization* dalam bahasa Inggris bersumber dari perkataan Latin pula, *organization* yang berasal dari kata kerja bahasa Latin pula, *organizare*, yang berarti *to form as or into a whole consisting of interdependent or coordinated parts* (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dari seluruh bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi). Jadi secara harfiah, organisasi itu berarti panduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung (Effendy, 2006: 114).

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang (Romli, 2011: 1). Dari beberapa pengertian organisasi diatas terdapat persamaan yaitu:

organisasi merupakan sebuah sitem, yang mengkoordinasi aktivitas untuk mencapai satu tujuan bersama maupun tujuan umum.

a. Karakteristik Organisasi

Organisasi memiliki beberapa karakteristik. Menurut Berelson dan Steiner dalam Liliweri (2014: 54) membagi karakteristik organisasi menjadi 4, yaitu:

- 1) Formalitas. Tipikal dari organisasi adalah memiliki seperangkat tujuan, kebijakan, prosedur, dan regulasi yang tertulis.
- 2) Hierarki, yakni penggambaran kerja organisasi yang seluruh peranannya dirumuskan dalam struktur piramid.
- 3) Impersonalitas, yakni penggambaran pola-pola komunikasi yang berbasis pada hubungan-hubungan personal.
- 4) Jangka panjang, yakni menggambarkan kerja organisasi yang selalu dibentuk untuk menjalankan tugas jangka panjang.

b. Elemen-Elemen Organisasi

Organisasi sangat bervariasi ada yang sangat sederhana dan ada pula organisasi yang sangat kompleks, namun pada dasarnya organisasi memiliki beberapa elemen dasar yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

Terdapat lima elemen organisasi berdasarkan model elemen organisasi dari Scott dalam Muhammad (2015: 25-28), yakni:

1) Struktur Sosial

Struktur sosial adalah pola aturan hubungan yang ada diantara partisipan dalam sebuah organisasi. Struktur sosial dapat dipisahkan menjadi dua komponen yaitu struktur normatif dan struktur tingkah laku. Struktur normatif mencakup nilai, norma, dan peranan yang diharapkan. Struktur tingkah laku berfokus pada tingkah laku yang dilakukan, tingkah laku yang diperlihatkan seseorang dalam sebuah organisasi mempunyai karakteristik umum yang merupakan pola atau jaringan tingkah laku.

2) Partisipan

Partisipan organisasi adalah individu-individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi. Semua individu dalam sebuah organisasi memiliki keterampilan, kemampuan serta keterlibatan yang sangat bervariasi. Oleh karena itu susunan struktural dalam sebuah organisasi selalu disesuaikan dengan tingkat keterampilan yang dimiliki partisipan, tingkat keterampilan ini hampir selalu diikuti dengan perbedaan kekuasaan dan tuntutan otonomi.

3) Tujuan

Tujuan adalah suatu konsepsi akhir yang diinginkan atau kondisi yang partisipan usahakan melalui tampilan aktivitas tugas-tugas mereka.

4) Teknologi

Penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan dan juga pengetahuan teknik dan ketrampilan partisipan. Setiap organisasi memiliki teknologi dalam melakukan pekerjaannya, tetapi bervariasi dalam teknik atau kemandirian dalam memproduksi hasil yang diinginkan.

5) Lingkungan

Setiap organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan dan lingkungan sosial, dimana organisasi tersebut harus menyesuaikan diri. Suatu organisasi mungkin mengharapkan dukungan sosial bagi aktivitasnya untuk merefleksikan nilai-nilai masyarakat pada fungsinya.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan setiap proses pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan. Proses ini meliputi informasi yang disampaikan baik secara lisan maupun tertulis dengan kata-kata, atau yang disampaikan dengan bahasa tubuh, gaya diri maupun penampilan diri, menggunakan alat bantu sehingga sebuah pesan menjadi lebih kaya (Liliweri, 2003: 5).

Tak hanya membutuhkan secara individu, namun juga interaksi dan komunikasi secara kelompok. Naluri untuk berkelompok ini yang mendorong manusia untuk menyatukan dirinya dengan kelompok yang lebih besar dalam kehidupan manusia lain di sekelilingnya bahkan mendorong menyatu dengan alam fisiknya (Bungin, 2014:43). Selain itu, kehidupan manusia yang diawali dari interaksi secara individu, kemudian berkembang menjadi sebuah interaksi dengan kelompok yang dipilihnya akan berlanjut sebagai hubungan komunikasi dengan kelompok yang lebih besar lagi atau disebut dengan organisasi, pada tahap yang lebih besar bentuk komunikasi yang harus dilakukan oleh seorang individu yakni berhubungan dengan jumlah individu lainnya dengan jumlah yang lebih besar, atau biasa disebut dengan komunikasi massa.

Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam Bungin (2007: 274-276), organisasi yang baik yang beorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*) maupun nirlaba (*non-profit*), memiliki empat fungsi organisasi, yaitu: fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif.

1) Fungsi Informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara pasti. Informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam sebuah organisasi.

2) Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam sebuah organisasi. Pada sebuah organisasi terdapat dua hal yang berpengaruh

terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan yang berada dalam tatanan manajemen. Kedua berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif umumnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

3) Fungsi Persuasif

Dalam mengatur sebuah organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai yang diharapkan, maka banyak pemimpin yang lebih suka untuk memersuasi bawahannya daripada memberikan perintah. Persuasi dianggap lebih efektif dalam menumbuhkan kepedulian dibanding dengan memperlihatkan kekuasaan dan kewenangan.

4) Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama istirahat kerja, kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi

Komunikasi menyangkut pesan-pesan yang dapat dibedakan berdasarkan penerima pesan dan fungsi pesan. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bila dilihat dari fungsi pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal.

Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menyangkut penyampaian pesan antar individu dan kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi. Menurut Effendy (2006: 122-130) dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal.

1) Komunikasi Internal

Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi instruktif, kontrol dan koordinatif yang integratif dan direktif ke arah tujuan. Dimensi komunikasi internal

terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan kepada bawahannya. Bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin.

Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal. Jenis komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat di klasifikasikan menjadi dua jenis, yakni:

- Komunikasi persona
- Komunikasi kelompok

(1) Komunikasi persona

Komunikasi persona ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berulang dengan dua cara: komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.

(2) Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok ialah komunikasi secara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka, komunikasi kelompok bisa dengan kelompok kecil dan kelompok besar.

2) Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal disebut juga dengan komunikasi adaptif dan kontrol terhadap lingkungan demi kelangsungan hidup organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

a) Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan. Komunikasi

organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti, artikel surat kabar atau majalah, pidato, brosur, poster, konferensi pers, dll. Pada zaman modern ini media massa memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi untuk melancarkan komunikasi eksternal.

b) Komunikasi dari khalayak kepada organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

Komunikasi menyangkut pesan-pesan yang dapat dibedakan berdasarkan penerima pesan dan fungsi pesan. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Bila dilihat dari fungsi pesan, komunikasi organisasi meliputi komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, karena menyangkut penyampaian pesan antar individu dan kelompok mengenai pekerjaan dalam organisasi. Menurut Effendy (2006: 122-130) dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal.

Komunikasi Internal pada Organisasi Racana Al-Faroby

Komunikasi internal dikenal dengan komunikasi instruktif, kontrol dan koordinatif yang integratif dan direktif ke arah tujuan. Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan kepada bawahannya. Bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin.

Komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal.

Komunikasi internal (komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal) Racana Al-Faroby terjadi melalui acara Mingguan. Mingguan diselenggarakan secara rutin tiap hari Selasa setiap minggu, tak hanya dihadiri para anggota Racana Al-Faroby, namun juga para pengurus, MABIGUS dan juga Purna.

Selain kegiatan Mingguan, komunikasi internal antar anggota Racana Al-Faroby juga

terjadi secara informal pada acara-acara yang dilaksanakan di Asrama kampus Universitas Darussalam Gontor. Komunikasi informal biasanya terjadi karena adanya kedekatan kamar maupun kedekatan hubungan antara anggota, pengurus dan MABIGUS.

Dimensi-Dimensi Komunikasi Eksternal pada Organisasi Racana Al-Faroby

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak luar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur, yakni dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya hubungan batin. Komunikasi organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti majalah organisasi, *press release*, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, pidato televisi, film dokumenter, brosur, leaflet, poster, konferensi pers (Effendy, 2006 : 128-129). Media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak eksternal suatu organisasi. Komunikasi Racana Al-Faroby kepada khalayak sendiri dapat melalui beberapa media yakni:

a. Poster

Poster digunakan sebagai sebuah alat publikasi resmi dari Racana Al-Faroby yang berbentuk cetakan, berisi berbagai informasi mengenai sebuah kegiatan, program dan sebagainya. Ditempel disetiap papan informasi diasrama dan SD/MI Binaan Al-Faroby dengan tujuan untuk memperkenalkan lebih jelas dan rinci untuk membantu upaya pemasaran ataupun *marketing public relations*.

b. Papan pengumuman

Papan pengumuman merupakan sebuah media informasi yang biasanya terletak di tempat-tempat strategis di suatu asrama/kawasan, papan pengumuman biasanya berisi mengenai informasi terbaru yang berkaitan dengan kegiatan Racana Al-Faroby umumnya. Di UNIDA sudah terdapat papan informasi disetiap asramanya dan juga di 16 SdS/MI Binaan Racana Al-Faroby. Papan ini dipergunakan untuk menempel informasi umum yang dapat di baca siapa saja yang lewat di depan asrama dan berkunjung ke SD/MI binaan Al-Faroby.

c. Media sosial

Pada komunikasi Racana Al-Faroby dengan publik eksternal organisasi, media sosial memegang peran penting dalam penyebaran informasi untuk melancarkan komunikasi eksternal sebuah organisasi. Media massa mempunyai kemampuan untuk menyebarkan informasi secara serempak dalam jumlah yang relatif banyak. Dengan menggunakan akun media sosial (instagram: @pramuka.unida_04.091) yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan kepada masyarakat luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Seperti yang dikemukakan di bagian awal, penelitian ini bermaksud hendak mengetahui tentang dimensi-dimensi komunikasi yang ada pada Racana Al-Faroby, dari serangkaian data yang diperoleh di lapangan serta analisis yang dilakukan, maka penelitian ini berkesimpulan bahwa:

Dimensi-Dimensi Komunikasi Internal pada Racana Al-Faroby

Pada penyampaian pesan ke bawah, komunikasi ke bawah pada umumnya disampaikan melalui sejumlah forum dan rapat. Penyampaian pesan ke bawah utamanya dilakukan pada acara *Mingguan*, *Mingguan* merupakan satu-satunya kegiatan di Racana Al-Faroby yang berjalan secara musyawarah. Sama halnya dengan komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas utamanya terjadi pada kegiatan rutin Racana Al-Faroby seperti *Mingguan* dan rapat rutin lainnya. Namun di luar forum tersebut seorang anggota diperbolehkan, bahkan menurut para informan, sangat diperbolehkan untuk setiap saat menghubungi pengurus Racana Al-Faroby apabila ada hal yang ingin disampaikan atau ditanyakan terkait dengan tugas yang sedang dikerjakan. Komunikasi horizontal pada organisasi Racana Al-Faroby terjadi dalam berbagai tipe. Pertama, *Mingguan*. Forum-forum berformat pertemuan ini mempertemukan para MABIGUS dan Purna, sehingga memungkinkan pula terjadi komunikasi horizontal di antara para anggota. Kedua, komunikasi informal. Komunikasi informal muncul dari interaksi antar individu saat kegiatan yang lain, komunikasi dengan sesama anggota racana.

Dimensi-Dimensi Komunikasi Eksternal pada Organisasi Racana Al-Faroby

Komunikasi organisasi Racana Al-Faroby kepada khalayak melalui beberapa bentuk media masa seperti, poster, papan pengumuman yang tersebar di beberapa lokasi dipapan informasi setiap asrama dan di setiap SD/MI binaan Racana Al-Faroby, dan media sosial

yang penggunaan dimulai dari awal terbentuknya Racana Al-Faroby agar bisa di akses masyarakat luas, media sosial, yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

Saran

Dengan ditulisnya jurnal dimensi komunikasi organisasi ini, penulis berharap dapat membahas kajian tentang ilmu komunikasi lebih banyak lagi, karena dalam organisasi, komunikasi yang efektif adalah fondasi dari kepemimpinan yang sukses dan tim yang solid.

REFERENSI

- Bungin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta; Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, Arni. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta; Sebelas Maret University Press.
- Wahyono, Tugas dkk. 2014. *Perempuan Laweyan dalam Industri Batik di Surakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya Yogyakarta.