



**JURNAL
DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA TEAM
MULTIMEDIA UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR**

Muhammad Zhafir Elbahy, Abdullah

UNIDA Gontor; Email : zhafierbahy@gmail.com

STTM AR Fachrudin; Email : abdullahinsijam@gmail.com

Abstract:

Keywords:

Team
Multimedia
UNIDA,
External
Communication,
Internal
Communication,
Dimension of
Communication
Organization.

Data archiving and multimedia management of institutions are mandatory in this era of globalization, even all lines must now be dominated by super multimedia, in addition to the multimedia team being useful for storing or documenting the institution's activities, the multimedia team is also responsible for communication between institutions and audiences. Therefore, the University of Darussalam Gontor formed a multimedia team named Archives Documentation which is now changing its name to UNIDA Gontor Multimedia Team. The Multimedia Team also has dimensions of communication, for example horizontal and vertical dimensions in external and internal networks. Therefore, the UNIDA GONTOR multimedia team is educated to master all properties, tools and media in communication itself.

The results showed that the communication dimensions of UNIDA Multimedia Team Organizing mostly occurred in the activities that had been organized by them. Formal communication (upward communication, downward communication, horizontal communication) occurs in all organizational activities. And external communication through various media.

Abstract:

Kata Kunci:

Tim
Multimedia
UNIDA,
Komunikasi
External,
Komunikasi
Internal,
Dimensi
Komunikasi
Organisasi.

Pengarsipan data dan pengelolaan multimedia lembaga merupakan hal yang wajib di era globalisasi sekarang ini, bahkan semua lini kini wajib didominasi dengan multimedia yang super, selain team multimedia bermanfaat menyimpan atau mendokumentasi kegiatan lembaga, team multimedia juga bertanggung jawab atas komunikasi antara lembaga dan khalayak. Maka dari itu Universitas Darussalam Gontor membentuk tim multimedia yang dinamai Arsip Dokumentasi yang sekarang berubah nama menjadi Team Multimedia UNIDA Gontor. Team Multimedia juga memiliki dimensi-dimensi komunikasi, contohnya dimensi horizontal dan vertikal dalam jaringan eksternal yang maupun internal. Maka dari itu team multimedia UNIDA GONTOR dididik guna menguasai keseluruhan properti, tools maupun media dalam komunikasi itu sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi komunikasi

Pengorganisasian Team Multimedia UNIDA sebagian besar terjadi pada kegiatan-kegiatan yang telah diselenggarakan oleh mereka. Komunikasi formal (komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal) terjadi di Semua Kegiatan perorganisasian. Dan Komunikasi eksternal melalui berbagai media.

PENDAHULUAN

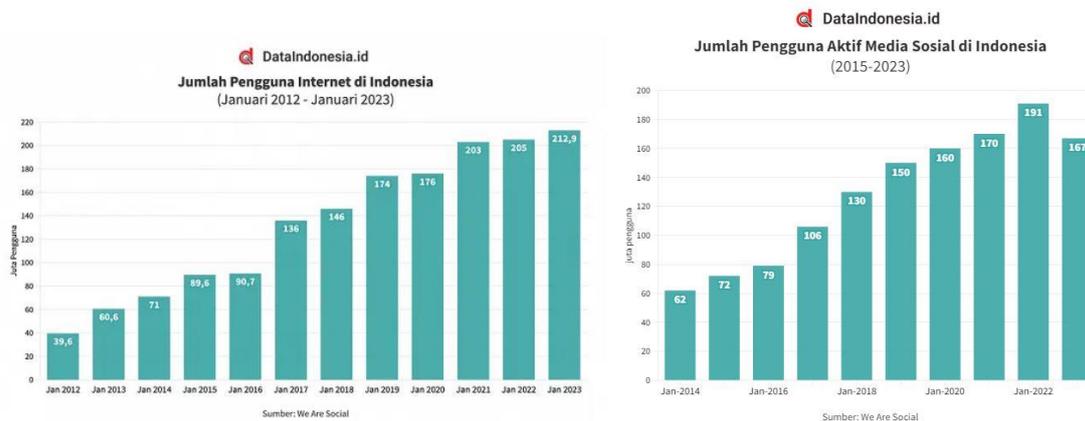
Komunikasi merupakan proses membagi informasi antara dua orang atau lebih untuk mencapai pemahaman bersama (Jennifer M. George 2006 : 437). Kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai lambing-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku. kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, “comunis”, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya “communis” adalah “communico” yang artinya berbagi (Vardiansyah, D. 2004).

Selain itu Lassswel menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dan pada hakikatnya proses komunikasi terbagi atas dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder (Lassswel dalam Onong Uchjana Effendy 2011).

Maka Komunikasi memiliki peran penting dalam berkegiatan sosial seperti halnya berorganisasi. Karena didalam organisasi kita perlu menata cara penyampaian pesan terhadap lawan bicara, contohnya di perkantoran pasti ada atasan dan bawahan, sebenarnya proses komunikasi ketika berada di perkantoran sama, namun dibatasi dengan adanya jabatan, contohnya dari bos kepada karyawan maupun sebaliknya dari karyawan kepada bosnya. Seperti yang dikatakan Priyono dalam bukunya yang berjudul Komunikasi dan komunikasi digital “Proses komunikasi yang terjadi dalam lingkungan perkantoran sama halnya dengan proses berkomunikasi ditempat lain, hanya saja dalam perkantoran kedudukan atau jabatan yang berbeda” (Priyono, P. E. 2022). Dan cara berkomunikasi yang seperti ini akan menimbulkan dimensi-dimensi dari komunikasi Organisasi.

Namun pada era sekarang teknologi dalam berkomunikasi sangat berkembang pesat, salah satu contohnya melalui media digital, Komunikasi media digital adalah sebuah teknologi yang berbasis sinyal elektrik computer, sinyalnya bersifat terputus-putus dan menggunakan system bilangan biner yang dapat mempresentasikan suatu informasi tertentu. (Priyono, P. E. 2022).

Pelaku komunikasi digital di Indonesia makin hari makin bertambah. Dalam sebuah situs, disampaikan bahwa 175 juta rakyat Indonesia memiliki telephone genggam (HP) untuk berkomunikasi. (Priyono, P. E. 2022).



Jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023. Berbeda dengan media sosial, jumlah pengguna internet pada awal tahun ini masih lebih tinggi 3,85% dibanding pada periode yang sama tahun sebelumnya. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya.

Walau Pengguna Aktif Media sosial di tahun 2023 mengalami penurunan grafik namun jika kita tarik dari tahun 2014 hingga 2023 ini, angka kenaikan pengguna aktif media sosial di Indonesia selalu naik secara bertahap.

Kesinambungan antara media digital dan komunikasi organisasi sangat penting dalam era modern ini, di mana teknologi informasi berkembang pesat. Media digital memungkinkan organisasi untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efisien, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan platform seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile, organisasi dapat berinteraksi langsung dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya secara real-time.

Di sisi lain, komunikasi organisasi yang efektif memerlukan integrasi strategi yang konsisten antara komunikasi internal dan eksternal. Media digital berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kedua aspek ini, memungkinkan pesan yang disampaikan secara eksternal juga selaras dengan komunikasi internal organisasi. Ini penting untuk membangun citra organisasi yang kuat, menjaga transparansi, dan memastikan bahwa semua anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama terhadap visi dan misi yang diusung.

Dengan demikian, penggunaan media digital yang tepat dalam komunikasi organisasi dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan memperkuat hubungan antara organisasi dan audiensnya. Penggunaan teknologi ini memungkinkan organisasi untuk lebih

responsif terhadap perubahan, mengoptimalkan kolaborasi antar departemen, dan mempercepat proses pengambilan keputusan, sehingga organisasi dapat lebih mudah beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Secara tidak langsung sebuah organisasi harus meningkatkan cara komunikasi dengan memanfaatkan media digital, seperti yang telah dilakukan Team Multimedia Unida Gontor. Hubungan komunikasi external, internal dan semua dimensi komunikasinya akan sangat penting dalam organisasi karena dengan begitu suatu lembaga akan memiliki jaringan komunikasi organisasi yang cukup luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian Komunikasi Team Multimedia UNIDA GONTOR 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 Bagian internal Team Multimedia UNIDA Gontor. Mulai dari Ketua keanggotaan yang dianggap menguasai kegiatan internal, ketua divisi website yang bergerak pada pendokumentasian berita. Sebagian mahasiswa Anggota dari team multimedia UNIDA GONTOR.

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

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.

A. Rumusan Masalah

Tujuan dari adanya rumusan masalah dalam sebuah penelitian adalah untuk mempermudah peneliti dalam membatasi dan mengukur masalah yang akan diteliti sehingga tujuan menjadi jelas. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat manarik rumusan masalah: Apasaja dimensi-dimensi komunikasi organisasi pada Team Multimedia UNIDA Gontor dalam mencapai tujuan organisasi?

B. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi 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)

Sebuah organisasi pasti memiliki bermacam-macam karakteristik Menurut Berelson dan Steiner dalam (Liliweri 2014) membagi karakteristik organisasi menjadi 4, yaitu:

a) Formalitas.

Tipikal dari organisasi adalah memiliki seperangkat tujuan, kebijakan, prosedur, dan regulasi yang tertulis.

b) Hierarki,

yakni penggambaran kerja organisasi yang seluruh peranannya dirumuskan dalam struktur piramid.

c) Impersonalitas,

yakni penggambaran pola-pola komunikasi yang berbasis pada hubungan-hubungan personal.

d) Jangka panjang,

yakni menggambarkan kerja organisasi yang selalu dibentuk untuk menjalankan tugas jangka panjang.

Organisasi sangatlah 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.

Komunikasi organisasi memegang peran yang sangat penting dalam memastikan kelancaran operasional dan kesuksesan sebuah organisasi. Melalui komunikasi yang efektif, informasi dapat disebarkan dengan tepat dan cepat, sehingga semua anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama terhadap tujuan, kebijakan, dan strategi yang diimplementasikan. Komunikasi yang baik juga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih informatif, karena manajemen dapat memperoleh masukan yang berharga dari karyawan di semua tingkatan. Selain itu, komunikasi yang jelas dan transparan membantu mengurangi potensi miskomunikasi yang bisa menyebabkan konflik, kebingungan, atau penurunan produktivitas.

Lebih jauh lagi, komunikasi organisasi yang efektif meningkatkan keterlibatan dan kepuasan anggota kerja organisasi. Ketika anggota kerja merasa bahwa suara mereka didengar dan dipertimbangkan, mereka cenderung lebih termotivasi dan berkomitmen terhadap pekerjaan mereka. Ini juga membangun budaya kerja yang positif, dimana keterbukaan dan kolaborasi menjadi norma

Dengan demikian, komunikasi yang baik tidak hanya mendukung pencapaian tujuan organisasi, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi pengembangan pribadi dan profesional anggota kerja.

Dalam (Bungin 2007) organisasi yang baik yang berorientasi untuk mencari keuntungan/profit maupun nirlaba/non-profit, memiliki empat fungsi organisasi, yaitu: fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integrative:

a. Fungsi Informatif

Organisasi akan dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Dengan maksud 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.

b. Fungsi Regulatif

Fungsi ini sangat berkaitan dengan berbagai peraturan yang berlaku dalam cangkupan 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.

c. 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.

d. 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.

2. Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan antara komunikan dan komunikator, 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), dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi 2, 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 2 model, model pertama komunikasi vertikal dan model kedua komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yaitu komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan komunikasi dari bawah ke atas (upward communication). Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, informasi, penjelasan kepada bawahannya. Dan bawahan memberikan saran-saran, pengaduan kepada pemimpin.

Beda halnya dengan komunikasi horizontal, komunikasi horizontal adalah komunikasi secara mendatar, antar anggota dengan anggota. Bertolak belakang dengan komunikasi vertikal yang memiliki sifat lebih formal. Karena komunikasi horizontal seringkali berlangsung secara tidak formal. Adapun Jenis komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat di klasifikasikan menjadi dua jenis, yakni:

- Komunikasi persona
- Komunikasi kelompok

a) Komunikasi persona

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

b) 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

Selain dari komunikasi internal ada komunikasi eksternal, Komunikasi eksternal merupakan komunikasi antara pemimpin organisasi dengan publik di luar dari organisasi. Komunikasi eksternal juga dapat disebut 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 terlibat dalam komunikasi. Komunikasi organisasi kepada khalayak dapat berupa artikel surat kabar atau majalah, pidato, brosur, poster, konferensi pers, dll. Di era globalisasi 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.

3. Team Multimedia UNIDA Gontor

Team Multimedia UNIDA Gontor Merupakan kesatuan tenaga kerja dibawah naungan kesekretarian Universitas Darussalam Gontor, yang terdiri dari Staf S1 sebagai koordinator pendokumentasian acara kampus dan Staf Mahasiswa sebagai anggotanya. Sebelum berganti nama menjadi Team Multimedia UNIDA Gontor, nama lama mereka adalah Arsip dan dokumentasi. Team Multimedia UNIDA Gontor sangat berperan besar dalam pendokumentasian acara kampus, dokumentasi yang dimaksudkan adalah foto, video, dan berita.

C. Komunikasi Internal pada Organisasi Team Multimedia UNIDA GONTOR.

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 dalam organisasi Team Multimedia UNIDA GONTOR terjadi pada acara kumpul sabtu pekanan, dan latihan perdivisi. Kumpul sabtu pekanan merupakan kumpul antara anggota team multimedia UNIDA GONTOR yang bertujuan untuk silaturahmi serta menyampaikan evaluasi kerja sepekan terakhir. Dalam kumpul sabtu pekanan ini Staff S1 (atasan) sebagai pengelola Kegiatan anggota team multimedia UNIDA GONTOR selalu menyampaikan inovasi, evaluasi, improfisasi kerja kepada anggota (bawahan). Dan hasil yang diharapkan dari acara kumpul sabtu pekanan ini guna mempererat chemistry antar anggota. hal ini terbukti dengan beberapa sumber yang telah diwawancarai bahwa “Kumpul ini sangat berguna bagi anggota sebab dapat menjadi tolak ukur ketika menjalani callsheet, merendahkan ego dan menghargai pendapat orang lain, meningkatkan sosialisasi terhadap rekan kerja” ucap isa lauardi anggota team Multimedia UNIDA GONTOR.

Selain itu Komunikasi Internal yang dibangun Team Multimedia juga meliputi kegiatan secara langsung dan tidak langsung. Kegiatan secara langsung meliputi pelatihan perdivisi bertujuan untuk mengenalkan anggota yang masih awam terkait skill, alat, dll. Menjadi paham akan itu. Selain itu anggota juga akan berbaur antar anggota lainnya sebab komunikasi dalam pelatihan ini tidak berlangsung formal melainkan non formal. Dan kegiatan secara tidak langsung bisa meliputi penugasan (CallSheet) dalam acara tertentu. Dampak dari hal ini ialah skill, pengalaman dan teamwork antar anggota akan meningkat seiring penugasan. seperti pernyataan anggota Team Multimedia UNIDA GONTOR Rizky Ramadhani “dalam kegiatan penugasan ini

secara tidak langsung sangat berdampak pada skill dan teamwork antar kita, serta menguatkan mental karena banyak mendapatkan pengalaman baru”.

D. Komunikasi Eksternal pada Organisasi Team Multimedia UNIDA GONTOR.

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara 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 hubungannya 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).

Komunikasi Team Multimedia UNIDA GONTOR kepada khalayak dapat melalui beberapa media yakni:

a. Website

Media ini sangat berguna bagi komunikasi UNIDA dengan khalayak luas. Sebab Media Komunikasi di era ini sudah banyak yang menggunakan media digital. Maka website berperan untuk menyampaikan berita yang ada didalam UNIDA kepada khalayak. tidak hanya berita seputar kegiatan kampus saja. Peliputan berita melalui website ini juga mencakup kegiatan eksternal kampus seperti kunjungan rektor ke negara-negara internasional.

b. Short Movie

Short movie juga berperan untuk menyampaikan ke khalayak atas nilai nilai yang telah diterapkan kampus UNIDA ke seluruh mahasiswanya. Karena bukan konten dakwah saja yang bisa ditangkap khalayak melainkan konten hiburan, drama dan edukatif juga akan ditangkap oleh khalayak luas.

c. Dokumentasi Acara.

Luaran dari Dokumentasi acara ini ialah foto dan video, Lewat Fotografi dan Videografi berita kegiatan bisa terekspos ke khalayak. Kegiatan ini memerlukan korelasi antara Team Multimedia UNIDA GONTOR dengan sebagian Lembaga kampus internal contohnya Himpunan Mahasiswa, Team Website dan Team Design Unida.

Namun dalam penelitian ini penulisan kesulitan menemukan adanya jalur kedua yakni dari khalayak kepada organisasi. Hal ini disebabkan masih samar dan umumnya narasumber dari masyarakat yang akan diwawancarai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Seperti pembahasan di bagian awal, penelitian ini bermaksud hendak mengetahui tentang dimensi-dimensi komunikasi yang ada Team Multimedia UNIDA GONTOR, dari serangkaian data yang diperoleh di lapangan serta analisis yang dilakukan, maka penelitian ini berkesimpulan bahwa:

A. Komunikasi Internal pada Organisasi Team Multimedia UNIDA GONTOR.

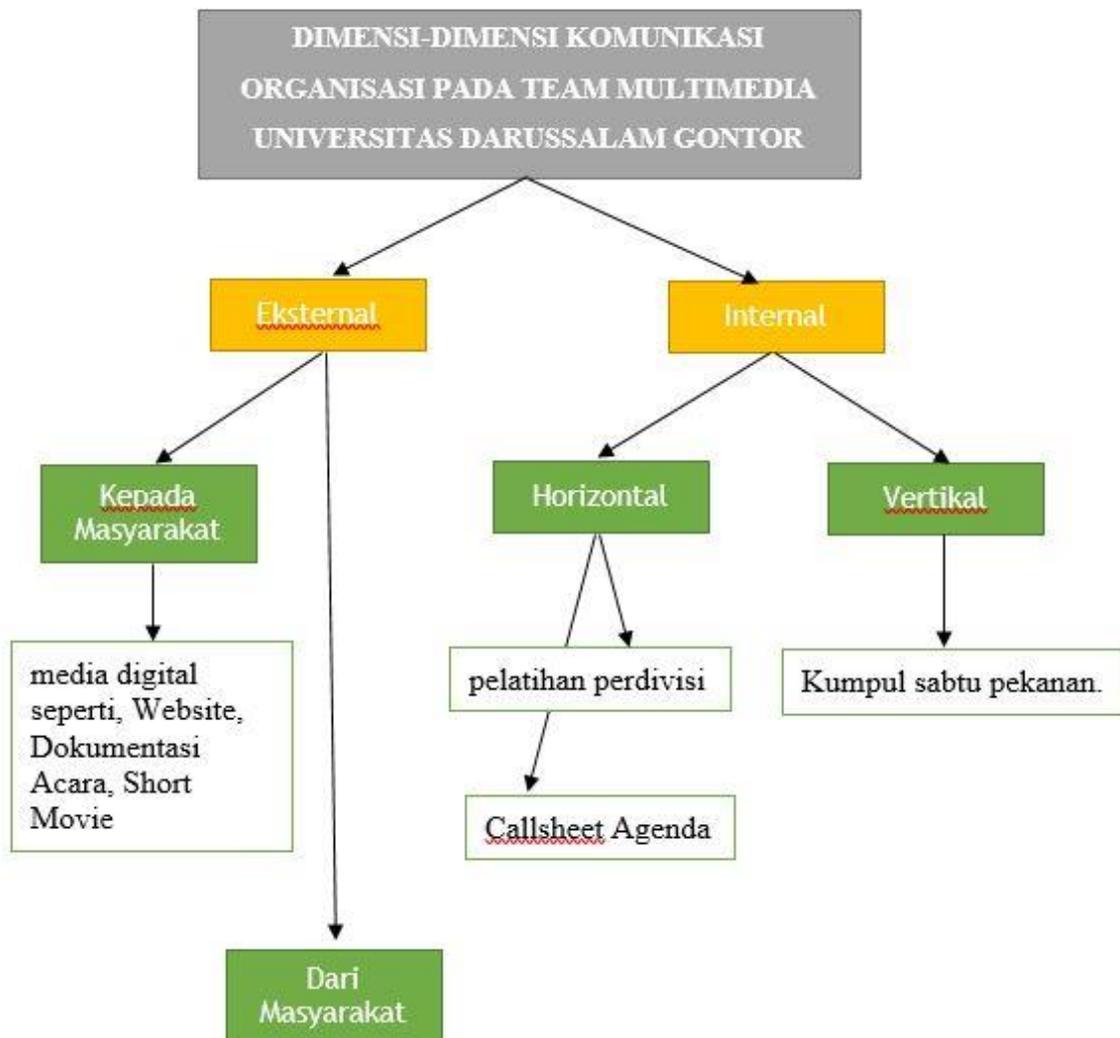
Komunikasi dari atas ke bawah seperti yang disampaikan diatas, evaluasi dari staff S1 ke anggota Team Multimedia UNIDA GONTOR dalam *Kumpul sabtu pekanan*. Selain mengevaluasi hasil kerja selama sepekan. Atasan juga memberikan inovasi, gagasan kreatif dalam pesannya.

Komunikasi Internal yang dibangun Team Multimedia terbagi menjadi dua kegiatan, kegiatan secara langsung dan tidak langsung. Kegiatan secara langsung meliputi pelatihan perdivisi, tujuannya agar anggota Team Multimedia yang masih awam dapat mengenal berbagai skill, alat, dll. Selain itu anggota juga akan berbaur antar anggota lainnya sebab komunikasi dalam pelatihan ini tidak berlangsung formal melainkan non formal. Sama halnya dengan kegiatan secara tidak langsung, kegiatan ini bisa meliputi penugasan lapangan dalam acara-acara tertentu. Tujuannya agar skill ,pengalaman dan teamwork akan meningkat seiring penugasan.

B. Komunikasi Eksternal pada Organisasi Team Multimedia UNIDA GONTOR.

Seperti yang telah disebutkan bahwa komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur, yakni dari *organisasi kepada khalayak* dan dari *khalayak kepada organisasi*. Dan Team Multimedia UNIDA GONTOR telah memiliki cara komunikasi kepada khalayak, Komunikasi yang dimaksud dapat melalui beberapa bentuk media digital seperti, Website, Dokumentasi Acara, Short Movie yang tersebar di internet. Dengan tujuan mempermudah akses oleh masyarakat luas. Namun Penulis belum dapat menemukan adanya jalur kedua, yakni dari khalayak kepada organisasi.

Berikut Merupakan Mapping dari “DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ORGANISASI PADA TEAM MULTIMEDIA UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR”



Saran

Dengan adanya jurnal penelitian komunikasi organisasi ini, pihak Team Multimedia Unida Gontor bisa menjadikan penelitian ini sebagai bahan evaluasi untuk program-program yang sudah maupun belum dilaksanakannya. Penulis juga berharap untuk dapat membahas lebih banyak kajian tentang ilmu komunikasi organisasi. Dalam upaya pengembangan penulisan jurnal, penting bagi penulis untuk terus memperdalam kajian ilmu komunikasi.

Diharapkan kepada para penulis tidak hanya menguasai konsep-konsep dasar, tetapi juga mampu mengkaji lebih dalam berbagai teori dan pendekatan terbaru dalam bidang ini. Semoga Penelitian kali akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Selain itu, penulis juga berharap kepada para akademisi untuk melengkapi penelitian yang kurang pada narasumber masyarakat yang samar dan umum pada BAB Pembahasan komunikasi eksternal jalur komunikasi dari masyarakat kepada organisasi.

REFERENSI

- Bungin, Burhan. *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Vol. 2. Kencana, 2007.
- Efendi, Erwan, et al. "Komunikasi Simbiolik dalam Masyarakat." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3.4 (2023): 1753-1761.
- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage of International News: Contrast in Narrative of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication* 41, (4) 6-27.
- Ekajanty, A., Suwondo, P. K., Sutopo, M. W., Utomo, T., & Rusdwiyanto, Y. (2002). A Study on Cerbrovit's Target Market Perception.
- Kriyantono, R. (2019). Peran manajerial praktisi humas perempuan lembaga pemerintah dalam profesi yang didominasi perempuan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(2), 181-194.
- Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan komunikasi digital*. Guepedia.
- Vardiansyah, D. (2004). Pengantar ilmu komunikasi. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Zhang, Y., George, J. M., & Chan, T. S. (2006). The paradox of dueling identities: The case of local senior executives in MNC subsidiaries. *Journal of Management*, 32(3), 400-425.
- Effendy, Onong Uchjana. "Ilmu komunikasi teori dan praktek." (2011).

Lain-lain

<https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/14409/1/Siti%20Khadijah,%20160401001,%2020FDK,%20MD,%20085333274151.pdf>