

Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi dalam Mencapai Tujuan yang Strategis di Sekolah SMA It Al Hijrah 2

Muhamamd Rizki Syahputra¹, Ella Nurmaini², Putri Suci Ramadhani³, Desi Fitri Yani⁴, Dessy Masliani⁵,
Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

riskisyahputraa08@gmail.com¹, ellanurmaini8@gmail.com², putrisuciramadhani21@gmail.com³,
desisaragih103@gmail.com⁴, dessymasliani02@gmail.com⁵

Kata Kunci:

*Efektivitas komunikasi,
Tujuan strategis,
Organisasi sekolah,*

Abstrak

Dalam penelitian ini, tujuannya adalah menganalisis dampak atau pengaruh efektivitas komunikasi organisasi dalam pencapaian tujuan strategis di SMA IT Al Hijrah 2. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi efektif di lingkungan organisasi sekolah memiliki korelasi positif yang signifikan dengan pencapaian tujuan strategis sekolah. Beberapa faktor yang berkontribusi terhadap efektivitas komunikasi meliputi kejelasan informasi, keterbukaan komunikasi, dan frekuensi komunikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk mencapai tujuan strategis, SMA IT Al Hijrah 2 perlu terus memperkuat praktik komunikasi internal yang efektif. Implementasi strategi komunikasi yang baik tidak hanya meningkatkan kinerja individu, tetapi juga berkontribusi pada kesuksesan kolektif organisasi sekolah.

Key Word:

*Communication
effectiveness, Strategic
goals, School organization*

Abstract

In this research, the aim is to analyze the impact or influence of organizational communication effectiveness in achieving strategic goals at SMA IT Al Hijrah 2. The method applied in this research is a quantitative survey. The research results show that effective communication in the school organizational environment has a significant positive correlation with achieving school strategic goals. Several factors that contribute to communication effectiveness include clarity of information, openness of communication, and frequency of communication. These findings indicate that to achieve strategic goals, SMA IT Al Hijrah 2 needs to continue to strengthen effective internal communication practices. Implementing good communication strategies not only improves individual performance, but also contributes to the collective success of the school organization.

Copyright © 2024 Muhamamd Rizki Syahputra, Ella Nurmaini, Putri Suci Ramadhani, Desi Fitri Yani, Dessy Masliani
This work is licensed under a **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)**

PENDAHULUAN

Efektivitas komunikasi organisasi berperan sebagai faktor kunci untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang strategis. Komunikasi dalam organisasi yang efektif memungkinkan informasi dan pesan disampaikan dengan jelas dan tepat, memungkinkan anggota organisasi untuk memahami tujuan organisasi. Dengan demikian, efektivitas komunikasi organisasi mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang strategis.

Komunikasi organisasi yang efektif dapat dijelaskan sebagai proses penyampaian pesan yang berhasil mencapai tujuan isi pesan dan menerima tanggapan atau respons sehingga pesan dapat tersampaikan dengan efektif dan terjadi komunikasi yang efektif. Komunikasi organisasi yang efektif juga mempengaruhi efektivitas organisasi dalam mencapai tujuannya, dengan indikator seperti pemahaman, kenikmatan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan, dan melakukan tindakan berkomunikasi secara efisien. Komunikasi organisasi yang efektif juga mempengaruhi budaya organisasi dan iklim organisasi. Budaya organisasi yang mendukung komunikasi efektif memungkinkan anggota organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan memahami tujuan organisasi. Iklim organisasi yang mendukung komunikasi efektif memungkinkan anggota organisasi untuk berintraksi secara efektif dan membangun hubungan yang baik.

Dalam mencapai tujuan strategis, efektivitas komunikasi organisasi juga mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam menkoordinasikan kegiatan dan orang-orang yang melakukan peran berbeda. Komunikasi organisasi yang efektif memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan dan membangun kerja sama yang baik guna mencapai tujuan organisasi. Dalam sintesisnya, efektivitas komunikasi organisasi adalah faktor kunci dalam mencapai tujuan organisasi yang strategis. Komunikasi organisasi yang efektif

mempengaruhi keberhasilan organisasi Dalam mencapai tujuan, mempengaruhi budaya organisasi dan iklim organisasi, serta mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam mengkoordinasikan kegiatan dan orang-orang yang melakukan peran berbeda.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk memahami hakikat suatu fenomena dengan tujuan menjelaskan apa yang sedang terjadi. Kajian-kajian tersebut berfokus pada usaha memahami interaksi sosial atau aspek kemanusiaan agar dapat dipahami secara lebih mendalam. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, teks visual, dan bukan angka. Penelitian kualitatif merupakan tradisi yang unik dalam bidang ilmu sosial yang didasarkan terutama pada observasi manusia yang terlibat dalam proses komunikasi dan wacana (Moloeng, 2001)

Hasil penelitiannya bersifat deskriptif, yang berarti usaha untuk menjelaskan atau menyajikan sebuah keadaan yang terkait dengan inti dari topik penelitian atau studi masalah yang muncul di lapangan, serta didasarkan pada fakta yang ada. Saat ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, di mana peneliti harus terlibat langsung di lapangan untuk melakukan penelitian yang mendalam atau menganalisis hal-hal yang diteliti (Sugiyono, 2012). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan pencatatan.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Organisasi

Terdapat beragam definisi komunikasi yang disampaikan oleh para ahli dan pakar komunikasi, seperti yang dikutip oleh Carl. S. Hovland dari Effendi dalam buku "Teori dan Praktek Ilmu Komunikasi". Ilmu komunikasi dijelaskan sebagai "sebuah usaha terorganisir untuk menetapkan prinsip-prinsip penyampaian informasi dan menciptakan gagasan serta sikap" oleh Everett M. Rogers dan Effendi. Komunikasi merupakan suatu metode di mana dua orang atau lebih saling bertukar informasi dengan tujuan mencapai pemahaman.

Dalam konteks hubungan bisnis, komunikasi melibatkan dua tindakan utama: memberi dan menerima. Kedua tindakan ini harus dilakukan dengan tepat oleh setiap individu yang terlibat dalam proses komunikasi. Hasil yang diperoleh dalam komunikasi sangat bergantung pada apa yang kita sampaikan. Sebagai contoh, dalam transaksi pembelian, kualitas barang yang diterima sangat dipengaruhi oleh jumlah uang yang diinvestasikan. Prinsip serupa juga berlaku dalam komunikasi, di mana tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi bergantung pada upaya yang kita lakukan dalam menyampaikan pesan.

Komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi yang terjadi dalam konteks suatu entitas organisasi. Berbeda dengan sistem formal dan informal, penting untuk dicatat bahwa aspek krusial dari komunikasi yang berkelanjutan adalah komunikasi antar individu. Komunikasi organisasi mencakup proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang terjadi dalam struktur formal dan informal suatu organisasi. Komunikasi formal adalah jenis komunikasi yang diatur oleh entitas itu sendiri dan menekankan kepentingan organisasi, termasuk informasi tentang operasional, produksi, dan tugas-tugas yang harus dilaksanakan dalam entitas tersebut, seperti memo, kebijakan, pernyataan, dan komunikasi resmi lainnya

Sedangkan komunikasi nonsosial merupakan bentuk komunikasi sosial yang menerima dan melibatkan anggota individu dibandingkan organisasi secara keseluruhan. Setiap hari proses komunikasi terus berlangsung, baik dalam hubungan antar individu maupun dalam kelompok. Ketika sebuah bisnis atau organisasi terlibat dalam proses komunikasi, mengevaluasi hasilnya juga merupakan sesuatu yang perlu dipertimbangkan. Pengaruh organisasi mencakup pengaruh perilaku, yang mencakup perubahan perilaku, langkah, dan kinerja manusia. Beberapa ahli mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai istilah dimana komunikasi antar unit-unit komunikasi merupakan bagian penting dalam organisasi..

Efektivitas Komunikasi

Padahal, komunikasi yang efektif hanya dapat tercapai jika komunikasi dipandang efektif. Komunikasi yang efektif adalah adanya kesepahaman antara pengirim dan penerima informasi guna mencapai komunikasi yang efektif (Romli 2014). Menurut Covey (dalam Nurohim dan Anatan 2009), menciptakan komunikasi yang efektif memerlukan lima landasan penting, yaitu upaya memahami siapa yang diajak bicara, kemampuan menepati janji, kemampuan menjelaskan apa yang diharapkan orang di matanya, dan menjadi apa bersedia ikhlas. minta maaf atas kesalahanmu. dan kemampuan untuk menunjukkan integritas. Menurut Rahayu (2012), komunikasi yang efektif itu penting, komunikasi yang buruk dapat menimbulkan dampak negatif dan kerusakan yang serius.

Informasi merupakan hal yang paling abstrak, hingga menjadi kompleks, manusia menggunakan inderanya untuk menciptakan sinyal komunikasi berupa suara, kata-kata, gerak tubuh, bahasa lisan dan tulisan. Lalu, Broadcasting, Broadcasting merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Menurut Suranto (2011), komunikasi adalah media fisik yang menyampaikan informasi dari sumber ke penerima atau menghubungkan seseorang dengan orang lain. Selain itu respon merupakan tanggapan atau reaksi penerima terhadap pengirim. Respons adalah apa yang diputuskan oleh penerima untuk digunakan sebagai respons terhadap pesan. Jawabannya bisa negatif, netral atau positif. Dapat dikatakan negatif apabila tanggapan yang diberikan bertentangan dengan keinginan komunikator, netral artinya tanggapan tidak ditanggapi atau ditolak, positif artinya sesuai dengan keinginan komunikator (Suranto, 2011).

Syarat utama komunikasi yang efektif adalah kualitas dan integritas orang yang menyampaikan pesan, menciptakan komunikasi yang efektif memerlukan lima landasan penting, yaitu upaya memahami lawan bicara, kemampuan menepati janji, kemampuan memperjelas harapan, dan keikhlasan dalam memaafkan, serta hak untuk menunjukkan integritas. Bentuk komunikasi yang paling maju adalah komunikasi empatik, yaitu berkomunikasi untuk memahami dan menangkap perilaku, tujuan, dan peran orang lain ketika menerima informasi. Dalam konteks ini, kebaikan, rasa hormat, dan kemampuan serta kemauan untuk menepati komitmen yang diungkapkan dan menetapkan ekspektasi dalam hubungan komunikasi sangat penting untuk menghindari munculnya ekspektasi yang saling bertentangan dan pertentangan atau perbedaan fungsi dan tujuan dari komunikasi. Selain itu, integritas juga mencakup ketidakjujuran. Penting juga untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan sehat. Kejujuran menekankan kesediaan untuk mengatakan kebenaran atau menyelaraskan perkataan kita dengan kebenaran. Integritas konsisten dengan kebenaran perkataan setiap orang untuk menyampaikan pesan.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, komunikator harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi audiens target, menetapkan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, menentukan sumber informasi, dan mengumpulkan ide. Untuk menetapkan tujuan atau penerimaan suatu informasi, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, seperti identifikasi, pengenalan, dan penargetan survei-survei tersebut, di mana audiens yang menjadi target segmen/pelanggan. Audiens ini meliputi calon pelanggan, pengguna produk/jasa, anggota badan pengambil keputusan pembelian, dan kelompok yang terpengaruh oleh pembelian, baik secara individu, kelompok, kelompok khusus, atau masyarakat umum.

Tujuan Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi sebenarnya berkaitan dengan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, rencana tersebut bukan hanya sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, namun lebih merupakan representasi jalur kerja Pembuatan strategi komunikasi merupakan suatu seni, bukan ilmu pengetahuan, dan melibatkan berbagai metode yang diterapkan dalam perusahaan. Seperti halnya strategi dalam berbagai bidang, strategi komunikasi harus didasarkan pada teori, karena teori merupakan pengetahuan yang berasal dari pengalaman empiris. Dengan adanya sistem komunikasi organisasi ini, Anda dapat menemukan karyawan yang termotivasi dan berdedikasi dalam bekerja.

Strategi komunikasi kelompok adalah program yang membantu dalam memahami audiens, tujuan mengidentifikasi saluran, dan ide yang efektif melalui saluran tersebut guna mempromosikan dan mempertahankan gaya komunikasi kelompok. Strategi komunikasi organisasi bertujuan untuk membujuk dan membentuk opini publik, sikap, dan perilaku dalam organisasi. Metode komunikasi organisasi untuk membangun kepercayaan karyawan di tempat kerja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas karyawan dicapai melalui berbagai jenis komunikasi yang terjadi dalam organisasi. Sistem komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pegawai Lembaga Pinjaman Mutu Pendidikan. Proses penelitian berkaitan dengan strategi komunikasi organisasi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah terkait dengan loyalitas karyawan.

Keberhasilan rencana komunikasi suatu perusahaan tidak dapat dicapai tanpa evaluasi nilai dan persiapan seluruh bagian penting organisasi, karena rencana komunikasi perusahaan merupakan tujuan bisnis agar sesuai dengan maksud dan tujuannya. Melalui proses komunikasi organisasi ini dicari unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pengirim, saluran (media), penerima yang mempengaruhi (efek). Memiliki strategi komunikasi organisasi dalam bentuk apa pun yang mencakup upaya menciptakan komunikasi yang efektif dapat membantu meningkatkan semangat kerja karyawan di tempat kerja. Jika terjadi kesalahan

dalam strategi komunikasi suatu kelompok, maka timbullah masalah baru. Oleh karena itu, manajer harus mempunyai strategi untuk menciptakan semangat karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut ibu bagaimana cara kita mengukur sebuah keefektifitas komunikasi dalam sebuah organisasi, dan apa saja indikator kunci dari keberhasilannya tersebut buk? Saya, cara untuk mengukur keefektifitas komunikasi dalam sebuah organisasi bisa dilakukan dengan melihat beberapa indikator kunci. Salah satunya adalah tingkat pemahaman pesan yang disampaikan. Misalnya, jika pesan yang disampaikan oleh pimpinan organisasi dapat dipahami dengan baik oleh semua anggota tim. Maka komunikasi dianggap efektif. Selain itu respons dari penerima pesan juga menjadi indikator penting. Jika pesan yang disampaikan dapat merangsang tanggapan atau tindakan yang diinginkan, maka komunikasi dianggap berhasil. Contohnya, jika sebuah instruksi dari atasan langsung diikuti dengan cepat dan tepat oleh bawahan, maka komunikasi dianggap efektif. Kemudian, tingkat kepercayaan antara pengirim dan penerima pesan juga menjadi faktor penentu keberhasilan komunikasi. Jika terdapat saling percaya antara kedua belah pihak, maka pesan akan lebih mudah disampaikan dapat merangsang tanggapan atau tindakan yang diinginkan, maka komunikasi dianggap berhasil. Contohnya, jika sebuah instruksi dari atasan langsung diikuti dengan cepat dan tepat oleh bawahan, maka komunikasi dianggap efektif. Kemudian, tingkat kepercayaan antara pengirim dan penerima pesan juga menjadi faktor penentu keberhasilan komunikasi. Jika terdapat saling percaya antara kedua belah pihak, maka dengan memperhatikan indikator-indikator tersebut kita dapat mengevaluasi seberapa efektif komunikasi dalam sebuah organisasi dan melakukan perbaikan jika diperlukan

Apa dari dampak komunikasi yang efektif terhadap pencapaian tujuan strategis sekolah buk? Komunikasi yang tidak efektif dapat memiliki dampak yang serius terhadap pencapaian tujuan strategis suatu organisasi. Ketika komunikasi tidak lancar atau tidak jelas. Informasi penting mungkin tidak sampai ke orang yang tepat atau mungkin salah dimengerti. Contohnya, jika seorang manajer tidak dapat menjelaskan dengan jelas apa yang diharapkan dari timnya, maka tim tersebut mungkin tidak akan bekerja menuju tujuan yang sama. Selain itu, komunikasi yang tidak efektif juga dapat menyebabkan kebingungan, konflik, dan kehilangan kepercayaan di antara anggota organisasi. Misalnya jika atasan tidak memberikan umpan balik yang jelas kepada bawahan, bawahan tersebut mungkin merasa frustrasi dan tidak tahu apa yang seharusnya dilakukan. jadi dengan demikian, penting bagi organisasi untuk memastikan bahwa komunikasi internal dan eksternal berjalan lancar dan efektif. Ini juga dapat membantu memastikan agar semua anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan dan strategi yang harus dicapai, sehingga dapat bekerja bersama-sama menuju kesuksesan.

Jadi buk apakah komunikasi organisasi yang efektif dapat meningkatkan kinerja tim dan kolaborasi antar anggota tim buk? Iya, karena Komunikasi organisasi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kinerja tim dan kolaborasi antar anggota tim. Ketika komunikasi dalam organisasi berjalan lancar, informasi dapat disampaikan dengan jelas dan tepat waktu. Sehingga memungkinkan setiap anggota tim untuk bekerja secara efisien dan efektif. Sebagai contoh, seperti jika seorang manajer mampu berkomunikasi dengan baik kepada timnya tentang tujuan proyek dan harapan yang dimiliki, maka anggota tim akan lebih memahami tentang tujuan dan harapan yang dimiliki, maka anggota tim akan lebih memahami tentang tujuan proyek dan harapan yang dimiliki. Selain itu juga, komunikasi yang baik juga memungkinkan tim untuk saling mendukung, berbagi ide, dan menyelesaikan masalah bersama. Dengan demikian, komunikasi organisasi yang efektif dapat menciptakan lingkungan kerja tim secara keseluruhan. Jadi, penting untuk memastikan bahwa komunikasi dalam organisasi selalu terjaga dan ditingkatkan agar tim dapat bekerja secara optimal.

Mengapa efektivitas komunikasi organisasi penting dalam mencapai tujuan strategis?

Karena Efektivitas komunikasi organisasi sangat penting dalam mencapai tujuan strategis karena memastikan bahwa semua orang dalam organisasi memahami visi, misi, dan tujuan perusahaan dengan jelas. Ketika komunikasi organisasi efektif, informasi dapat disampaikan dengan tepat waktu dan kejelasan, sehingga memungkinkan seluruh tim bekerja bersama menuju tujuan yang sama. Sebagai contoh, jika seorang manajer tidak efektif dalam berkomunikasi visi perusahaan kepada timnya, maka anggota tim mungkin tidak akan memahami arah yang harus diambil oleh organisasi. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan, ketidakpastian, dan akhirnya, terjadi kesulitan untuk mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan. Dengan demikian, efektivitas komunikasi organisasi sangat penting karena membantu memastikan bahwa semua anggota organisasi berada pada jalur yang sama dan bekerja menuju tujuan bersama-sama. Jadi Komunikasi, strategi yang akan dijalankan, dan peran masing-masing dalam mencapai

tujuan tersebut. Hal ini menciptakan keselarasan, mendorong kolaborasi, dan meningkatkan motivasi untuk mencapai tujuan bersama.

Bagaimana cara membangun budaya komunikasi yang kuat dalam sebuah organisasi? Untuk membangun budaya komunikasi yang kuat dalam sebuah organisasi, penting untuk memperhatikan beberapa hal. Pertama, penting untuk memiliki saluran komunikasi yang terbuka dan transparan antara pimpinan dan karyawan. Ini akan membantu memastikan informasi dapat mengalir dengan lancar di seluruh organisasi. Selain itu, penting juga untuk mendorong komunikasi dua arah, di mana karyawan merasa nyaman untuk memberikan masukan, ide, atau masalah yang mereka hadapi. Hal ini dapat dilakukan melalui rapat reguler, forum diskusi, atau bahkan melalui platform komunikasi digital. Selain itu, penting juga untuk membangun budaya mendengarkan yang baik. Ini berarti tidak hanya berbicara, tetapi juga mendengarkan dengan baik, kita dapat memahami perspektif orang lain dan menciptakan hubungan yang lebih baik dalam organisasi. Contoh sederhana dari budaya komunikasi yang kuat adalah ketika seorang pimpinan mengadakan pertemuan rutin dengan timnya untuk mendengarkan masukan dan ide mereka. Dengan demikian, karyawan merasa dihargai dan memiliki kesempatan untuk berkontribusi secara aktif dalam pengambilan keputusan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, sebuah organisasi dapat membangun budaya komunikasi yang kuat dan sehat, yang akan membantu meningkatkan kolaborasi, inovasi, dan kinerja keseluruhan.

Hasil wawancara di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh efektifitas komunikasi organisasi, tentang cara mengukur keefektifan komunikasi dalam organisasi meliputi beberapa indikator kunci. Pertama, tingkat pemahaman pesan yang disampaikan merupakan indikator utama, di mana pesan dianggap efektif jika dipahami dengan jelas oleh semua anggota tim. Kedua, respons dari penerima pesan, yaitu jika pesan memicu tanggapan atau tindakan yang diinginkan, menunjukkan bahwa komunikasi berhasil. Ketiga, tingkat kepercayaan antara pengirim dan penerima pesan juga penting; saling percaya mempermudah penyampaian dan pemahaman pesan.

Komunikasi yang tidak efektif dapat berdampak negatif pada pencapaian tujuan organisasi, menyebabkan kesalahpahaman, konflik, dan hilangnya kepercayaan. Oleh karena itu, penting memastikan komunikasi internal dan eksternal berjalan efektif agar seluruh anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan strategi yang harus dicapai. Efektivitas komunikasi juga penting untuk meningkatkan kinerja tim dan kolaborasi antar anggota tim. Komunikasi yang lancar memungkinkan informasi disampaikan dengan jelas dan tepat waktu, mendorong dukungan, berbagi ide, dan penyelesaian masalah bersama. Hal ini menciptakan lingkungan kerja positif dan kolaboratif, yang meningkatkan kinerja tim secara keseluruhan. Untuk membangun budaya komunikasi yang kuat dalam organisasi, perlu ada saluran komunikasi yang terbuka dan transparan, serta mendorong komunikasi dua arah. Karyawan harus merasa nyaman memberikan masukan, dan budaya mendengarkan harus dibangun. Dengan demikian, organisasi akan dapat menciptakan suatu lingkungan yang mendukung untuk kolaborasi, inovasi, dan kinerja yang lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian kami di atas, dapat disimpulkan bahwa Efektivitas komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam mencapai tujuan yang strategis. Komunikasi organisasi berfungsi sebagai sarana utama untuk menghubungkan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh anggota organisasi, sehingga memungkinkan mereka untuk bekerja sama secara efektif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas komunikasi organisasi sangat penting dalam mencapai tujuan yang strategis. Dengan demikian, organisasi dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman, koordinasi dan energi, keputusan yang bijaksana, motivasi dan keterlibatan, kualitas keputusan, keamanan dan kualitas, keterbukaan dan transparansi, kualitas hubungan, kualitas keuangan, dan kualitas sumber daya.

DAFTAR REFERENSI

- Asri, I. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI* : Jurnal ilmu komunikasi, Vol 27. No. 3
- Moloeng, L. J (2001). *Metode Penelitian Kualitatif* : Bandung, PT Remaja Rosda Karya
- Nurrohm H, Lina (2009) *Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi*: Jurnal Manajemen, Vol 7. No 4
- Kartini, A. A. dkk. (2024). *Teori Komunikasi Organisasi*. (Jurnal Pendidikan Tambusai). Vol 8. No 1.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*; Bandung, Alfabeta.
- Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*: Yogyakarta, Graha ilmu
- Zuhriah. (2018). *Teori Komunikasi Organisasi* (kerangka, Pendekatan, dan Perspektif Teori). Vol 7. No 1