

DISTRIBUSI KOMUNIKASI INFORMASI PEMIMPIN SEBAGAI SEBAGAI PENGGERAK ORGANISASI

Danu Kusbandono

Universitas Islam Lamongan
Email: danukusbandono86@unisla.ac.id

Mugi Harsono

Universitas Sebelas Maret
Email: mugiharsono_fe@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

An information is the most important thing in the cognitive formation of a person or group, as well as organizations require communication to carry out activities to achieve goals, understanding and communication concepts are very important for a leader in carrying out their duties and responsibilities as decision makers, communication is also a major issue in organization, agreement, understanding of things that need to be followed up and requires firmness, conflicts and misunderstandings are the impact of the ineffectiveness of existing communication, it is necessary to have individual approaches in understanding communication so as to produce alignment of information in accordance with organizational goals and leaders.

Keywords: *Organization Communication, Leadership Communication, communication aspect*

ABSTRAK

Suatu informasi merupakan hal terpenting dalam pembentukan kognitif seseorang maupun kelompok, begitupun dengan organisasi memerlukan komunikasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan pencapaian tujuan, pemahaman dan konsep komunikasi sangatlah penting bagi seorang pemimpin dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai pengambil keputusan, komunikasi juga merupakan hal pokok dalam organisasi, kesepakatan, kepemahaman hal yang perlu di tindak lanjuti dan memerlukan ketegasan, adanya konflik dan kesalah pahaman merupakan dampak dari ketidak efektifan komunikasi yang terjalin, perlu adanya pendekatan-pendekatan individual dalam memahami komunikasi sehingga menghasilkan keselarasan informasi yang sesuai dengan tujuan organisasi dan pemimpin.

Kata Kunci: *Komunikasi Organisasi, Komunikasi Kepemimpinan, aspek komunikasi*

Pendahuluan

Organisasi yang baik akan selaras juga pada faktor kepemimpinan. Pemimpin perlu mengatur, mengarahkan dan memotivasi serta mengevaluasi pekerjaan karyawannya agar melaksanakan program kerja yang sudah di tentukan, salahsatunya lewat komunikasi, dimana komunikasi merupakan penghubung pimpinan dan

karyawan dalam upaya pimpinan mendelegasikan wewenangnya.

Setiap manajer harus memperhatikan kebutuhan karyawan dan memberi mereka ruang untuk mengutarakan ide-ide mereka dan untuk membuktikan kemampuan mereka.

Joan Keyton (2017) menerangkan bahwa komunikasi sebagai suatu

disiplin ilmu cukup luas dan bervariasi; sebagian besar departemen komunikasi dikelola oleh ahli retorika dan ilmuwan sosial. Disiplin komunikasi dimulai pada tahun 1917 dengan memfokuskan pada instruksi pidato dan studi persuasi. Pada 1921, departemen speech di University of Iowa dan University of Wisconsin menawarkan kursus doktoral. Antara 1920 dan awal 1940-an, penelitian dalam disiplin komunikasi dipengaruhi oleh teori Sigmund Freud dan John Dewey. Akibatnya, sarjana komunikasi mempelajari kepribadian dan hubungannya dengan pidato. Pada akhir 1940-an, sarjana komunikasi beralih ke topik lain yang terkait dengan psikologi, terutama yang terkait dengan studi kelompok dan tim [lihat sejarah singkat Asosiasi Komunikasi Nasional (NCA) dan Asosiasi Komunikasi Internasional (ICA)],

NCA adalah asosiasi ilmiah utama untuk sarjana komunikasi di Amerika Serikat; ICA adalah asosiasi ilmiah utama untuk sarjana komunikasi di seluruh dunia. Kedua asosiasi mengadakan konferensi tahunan, memiliki divisi komunikasi organisasi, dan menerbitkan jurnal.

Sejarah Komunikasi Organisasi

Bidang komunikasi organisasi muncul pada 1940-an di Amerika Serikat di tengah kekhawatiran tentang pengorganisasian orang dalam pengaturan kerja secara efektif dan efisien. Charles Redding dikreditkan dengan pendiri komunikasi organisasi sebagai disiplin dan bidang studi. Selama tahun 1950-an hingga 1970-an, penelitian komunikasi organisasi difokuskan pada peningkatan kehidupan organisasi dan produksi organisasi. Selama periode ini, manusia diyakini sebagai makhluk

rasional, logika formal digunakan, komunikasi diperiksa sebagai proses mekanis, dan wadah adalah metafora utama untuk sebuah organisasi.

Selama tahun 1980-an, bidang tersebut beralih dari pendekatan berorientasi bisnis dan beralih ke peran konstitutif komunikasi dalam pengorganisasian berdasarkan dua peristiwa penting. Di 1982, itu Jurnal Komunikasi Barat artikel yang diterbitkan berdasarkan makalah yang dipresentasikan dalam studi komunikasi organisasi. Mengikuti dengan cermat, buku yang diedit Putnam & Pacanowsky (1983), *Komunikasi dan Organisasi: Pendekatan Interpretatif*, begitu menjelaskan pentingnya perspektif ini dan penggunaan metode penelitian kualitatif dalam komunikasi organisasi. Para sarjana menggunakan metode kualitatif dalam pergantian interpretatif ini ketika mereka berusaha untuk menggambarkan dan memahami bagaimana pengetahuan dibangun secara sosial dari sudut pandang peserta dalam organisasi, serta antara organisasi dan masyarakat yang lebih luas. Secara topikal, pada 1980-an, peneliti komunikasi organisasi menyukai penelitian tentang hubungan atasan-bawahan, keterampilan komunikasi, budaya organisasi, komunikasi lintas budaya, jaringan komunikasi, dan kekuatan yang dibangun secara sosial (Allen et al. 1993).

Pada 1990-an, penelitian komunikasi organisasi beralih ke teori kritis untuk memeriksa bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk menindas dan membebaskan anggota organisasi; Pada dasarnya, studi kritis tentang komunikasi organisasi berusaha untuk menunjukkan bagaimana perubahan dalam komunikasi dalam organisasi dapat dicapai. Seperti yang mereka lakukan hingga saat ini, para sarjana di era ini melakukan penelitian dari perspektif kritis dan feminis dengan menggunakan metode kualitatif.

Aspek penting lain dari sejarah penelitian komunikasi organisasi adalah keberadaan jurnal Manajemen Komunikasi Triwulanan (MCQ) pada tahun 1987. Jurnal ini tidak terkait dengan asosiasi ilmiah manapun; Namun, dalam waktu yang relatif singkat antara 25 tahun sejarah, dan terlepas dari kata itu Pengelolaan dalam judul, telah menjadi rumah utama untuk penelitian komunikasi organisasi (Sias 2016). Sebagaimana tercermin dalam buku dan artikel lain di jurnal lain, artikel diterbitkan di MCQ.

Perspektif Untuk Mengartikulasi Komunikasi Organisasi

Bahwa organisasi "adalah proses yang menciptakan, memelihara, dan membubarkan kolektif sosial, bahwa proses ini merupakan pekerjaan pengorganisasian, dan cara di mana proses ini terus dijalankan adalah organisasi" (Weick 1965, p. 1). Sederhananya, "Organisasi tidak dapat hidup tanpa komunikasi" (Keyton 2011, p. 11). Memang, bahkan elemen nonkomunikasi dari organisasi (misalnya, sistem keuangan) dimungkinkan oleh komunikasi (Poole 2014).

Komunikasi diperlukan dalam proses pengorganisasian dan terus-menerus selama hidup organisasi. Selama pembuatan organisasi, staf dan perekrutan, serta pembuatan dan pengembangan produk dan layanan organisasi, anggota organisasi berkomunikasi satu sama lain dan dengan pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemasok, dan regulator. Dengan demikian, komunikasi organisasi mencakup berbagai aktivitas komunikatif di beberapa jenis pengirim dan penerima yang berbeda — sebagai individu, kelompok, atau tim — dan organisasi secara keseluruhan.

McPhee & Zaig (2001) menunjukkan bahwa komunikasi juga disesuaikan dengan fungsi organisasi yang saling terkait dan tumpang tindih. Berpikir tentang apa yang terjadi dalam suatu organisasi, beberapa komunikasi

bersosialisasi atau bernegosiasi; komunikasi lainnya, khususnya, manajemen, dikhususkan untuk penataan dan pengendalian. Komunikasi dirancang untuk bernegosiasi dan mengkoordinasikan aktivitas kerja sebagai upaya penyambung informasi yang melibatkan semua pemangku kepentingan dalam kemajuan organisasi. Komunikasi ini bisa formal maupun non formal; terencana menjadi lebih sadar secara sosial (lihat Sundstrom et al. 2013).

Disiplin komunikasi organisasi juga telah menerbitkan dua standar yaitu Buku Pegangan Sage tentang Komunikasi Organisasi: Kemajuan dalam Teori, Penelitian, dan Metode (Putnam & Mumby 2014), dan Ensiklopedia Internasional Komunikasi Organisasi (Scott dkk. 2017).

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku (Arni, 2011:4)

Konstruksionisme sosial adalah perspektif lain yang digunakan oleh sarjana komunikasi organisasi (Allen 2005). Perspektif ini mengasumsikan bahwa manusia memperoleh pengetahuan tentang dunianya dari wacana sosial yang lebih besar di mana mereka tertanam. Wacana sosial, tentu saja sarat dengan sistem kepercayaan dominan. Perspektif ini menekankan pada pentingnya bahasa dan interaksi sosial, terutama yang terkait dengan pengembangan identitas milik gender, ras, dan kelas sosial. Mengikuti jalan Berger & Luckmann (1966),

Studi komunikasi organisasi merupakan cara seseorang memandang objek, beserta pandangannya yang menstimulasi pemahaman akan suatu informasi, terdapat beberapa alternative dalam memahami organisasi, yang pertama merupakan realitas social dan bagaimana kita memahami dunia social, perilaku dan objek merupakan konstruksi social, yang bergantung pada manusia yang berperilaku, subjektif menunjukkan

bahwa realitas itu sendiri adalah suatu konstruksi social (Wiryanto, 2005:130)

Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan ataupun dari manajer kepada karyawan, pola transformasinya dapat membentuk komunikasi formal dan komunikasi informal (Arni,2011:95)

Komunikasi Pemimpin

Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan oranglain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesama dalam kelompok dan masyarakat. Di dalam kelompok/organisasi itu selalu terdapat bentuk kepemimpinan yang merupakan masalah penting untuk kelangsungan hidup kelompok, yang terdiri dari pemimpin dan bawahan/karyawan. Di antara kedua belah pihak harus ada komunikasi dua arah untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Salah satu bentuk komunikasi tersebut adalah komunikasi atasan-bawahan. Komunikasi atasan-bawahan meliputi komunikasi interpersonal.

Aspek Penting dalam Komunikasi Interpersonal

Dalam komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi, terdapat beberapa aspek yang menjadi inti atau penekanan komunikasi interpersonal yaitu :

- a. Hubungan (Relational) – komunikasi adalah dimana pengirim pesan atau penerima pesan memiliki peran yang sama dalam menyampaikan dan menerima pesan secara simultan dalam rangka untuk menciptakan makna yang sama.

- b. Situasi (Situational) – komunikasi yang terjadi antara dua orang dalam konteks tertentu.
- c. Kuantitatif (Quantitative) – interaksi diadik termasuk didalamnya komunikasi impersonal.
- d. Fungsional (Functional) – komunikasi bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan interpersonal yang dirancang dengan suatu strategi dan taktik tertentu sebagaimana dinyatakan dalam teori strategi komunikasi.

Teori Komunikasi Interpersonal

- 1) **Constructivism** – kerangka kerja teoritis yang berupaya untuk menjelaskan mengapa individu berkomunikasi dengan cara yang mereka lakukan dan mengapa beberapa komunikator lebih sukses dibanding yang lainnya. Konstruktivisme dikenalkan oleh **Jesse Delia**.
- 2) **Symbolic interactionism** atau interaksionisme simbolik atau teori interaksi simbolik sebuah perspektif sosiologi yang dipengaruhi oleh banyak ahli teori yaitu **George Herbert Mead** dan **Herbert Blumer**. Interaksionisme simbolik pada dasarnya menggambarkan bagaimana individu menggunakan Bahasa sebagai alat komunikasi untuk membentuk makna, bagaimana mereka menciptakan dan menyajikan dirinya sendiri, serta bagaimana ketika mereka berinteraksi dengan orang lain menggunakan simbol-simbol untuk membentuk masyarakat.
- 3) **Attribution Theory** – sebuah kerangka kerja untuk memahami bagaimana masing-masing individu menginterpretasikan perilaku mereka sendiri dan perilaku orang lain. Menurut **Fritz Heider**, manusia termotivasi untuk memahami perilaku dan menjelaskan pola perilaku.
- 4) **Fundamental interpersonal relationship orientation theory** – teori

yang dikenalkan oleh **William Schutz** ini berpendapat bahwa orang termotivasi untuk memenuhi tiga kebutuhan yaitu inklusi (kebutuhan merasa dimiliki), kontrol (kebutuhan untuk membentuk interaksi dengan orang lain), dan afeksi (kebutuhan untuk disukai dan menjalin hubungan).

- 5) **Action assembly theory** – teori yang dikenalkan oleh **John Green** ini berusaha untuk menjelaskan dari mana pikiran kita datang dan bagaimana kita mengartikan berbagai macam pikiran tersebut ke dalam komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.
- 6) **Communication accommodation theory** – teori yang dikembangkan oleh **Howard Giles** dkk ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang memodifikasi atau mengubah perilaku komunikasi mereka dalam situasi yang berbeda.
- 7) **Social penetration theory** – teori yang digagas oleh **Irving Altman** dan **Dalmas Taylor** menggambarkan bagaimana *self-disclosure* menggerakkan hubungan dari superfisial ke intim. Ini adalah teori pertama yang mengkaji tentang bagaimana perubahan dalam pola komunikasi dapat berdampak pada perubahan dalam hubungan.
- 8) **The relationship development model** – teori yang dikenalkan oleh **Mark Knapp** menyajikan sepuluh tahapan model hubungan yang dapat menyatukan atau bahkan terpisah. Setiap tahapan bercirikan pola komunikasi yang berbeda.

Elemen-elemen dalam Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (2013) dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur atau elemen penting, yaitu :

1. Sumber–Penerima (*Source–Receiver*)

2. Pesan (*Message*)
3. Encoding-Decoding
4. Media (*Channel*)
5. Gangguan (*Noise*)
6. Umpan balik (*Feedback*)
7. Konteks (*Context*)
8. Etika (*Ethics*)

Dengan memahami elemen-elemen penting dalam komunikasi interpersonal, maka kita akan dapat memperbaiki kompetensi serta keterampilan kita dalam komunikasi interpersonal.

Sifat Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (2013), komunikasi interpersonal memiliki beberapa sifat, yaitu

1. **Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua individu atau lebih yang masing-masing saling bergantung.**

Pada umumnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau biasa disebut juga dengan komunikasi diadik. Misalnya komunikasi antara seorang anak dan ayah dan lain-lain. Meskipun begitu, komunikasi interpersonal juga merujuk pada komunikasi dalam kelompok kecil seperti misalnya keluarga. Walau dalam keluarga, komunikasi berlangsung dalam bentuk komunikasi diadik seperti ibu kepada anak.

2. **Komunikasi interpersonal adalah secara inheren bersifat relasional.**

Karena sifatnya yang saling bergantung, komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan bersifat sangat penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam sebuah hubungan yang berdampak pada hubungan dan mengartikan hubungan itu sendiri. Komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan adalah bagian dari fungsi hubungan itu sendiri. Oleh karena itu, cara kita berkomunikasi sebagian besar ditentukan oleh jenis hubungan yang ada antara kita dan orang lain. Perlu dipahami

pula bahwa cara kita berkomunikasi, cara kita berinteraksi, akan mempengaruhi jenis hubungan yang dibangun.

3. Komunikasi interpersonal adalah secara inheren bersifat relasional.

Karena sifatnya yang saling bergantung, komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan bersifat sangat penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam sebuah hubungan yang berdampak pada hubungan dan mengartikan hubungan itu sendiri. Komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan adalah bagian dari fungsi hubungan itu sendiri. Oleh karena itu, cara kita berkomunikasi sebagian besar ditentukan oleh jenis hubungan yang ada antara kita dan orang lain. Perlu dipahami pula bahwa cara kita berkomunikasi, cara kita berinteraksi, akan mempengaruhi jenis hubungan yang dibangun.

4. Komunikasi interpersonal adalah secara inheren bersifat relasional.

Karena sifatnya yang saling bergantung, komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan bersifat sangat penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam sebuah hubungan yang berdampak pada hubungan dan mengartikan hubungan itu sendiri. Komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan adalah bagian dari fungsi hubungan itu sendiri. Oleh karena itu, cara kita berkomunikasi sebagian besar ditentukan oleh jenis hubungan yang ada antara kita dan orang lain. Perlu dipahami pula bahwa cara kita berkomunikasi, cara kita berinteraksi, akan mempengaruhi jenis hubungan yang dibangun.

5. Komunikasi interpersonal berada pada sebuah rangkaian kesatuan.

Komunikasi interpersonal berada dalam sebuah rangkaian kesatuan yang panjang yang membentang dari impersonal ke personal yang lebih tinggi. Pada titik impersonal, kita berkomunikasi secara

sederhana antara orang-orang yang tidak saling mengenal, misalnya pembeli dan penjual. Sedangkan pada titik personal yang lebih tinggi, komunikasi berlangsung antara orang-orang yang secara akrab terhubung satu sama lain, misalnya ayah dan anak.

6. Komunikasi interpersonal melibatkan pesan verbal maupun pesan nonverbal.

Komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran pesan baik pesan verbal maupun pesan nonverbal. Kata-kata yang kita gunakan dalam komunikasi tatap muka dengan orang lain biasanya disertai dengan petunjuk nonverbal seperti ekspresi wajah, kontak mata, dan gerak tubuh atau bahasa tubuh. Kita menerima pesan interpersonal melalui panca indera yang kita miliki seperti mendengar, melihat, mencium, dan menyentuh. Kita bersikap diam pun sebenarnya mengirimkan suatu pesan interpersonal. Pesan-pesan yang disampaikan sebagian besar bergantung pada faktor-faktor lain yang terlibat dalam interaksi.

7. Komunikasi interpersonal melibatkan pesan verbal maupun pesan nonverbal.

Komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran pesan baik pesan verbal maupun pesan nonverbal. Kata-kata yang kita gunakan dalam komunikasi tatap muka dengan orang lain biasanya disertai dengan petunjuk nonverbal seperti ekspresi wajah, kontak mata, dan gerak tubuh atau bahasa tubuh. Kita menerima pesan interpersonal melalui panca indera yang kita miliki seperti mendengar, melihat, mencium, dan menyentuh. Kita bersikap diam pun sebenarnya mengirimkan suatu pesan interpersonal. Pesan-pesan yang disampaikan sebagian besar bergantung pada faktor-faktor lain yang terlibat dalam interaksi.

8. Komunikasi interpersonal berlangsung dalam berbagai bentuk.

Komunikasi interpersonal pada umumnya berlangsung secara tatap muka, misalnya ketika kita berbicara dengan ibu atau ayah kita. Di era kemajuan teknologi komunikasi seperti sekarang, komunikasi interpersonal berlangsung melalui jaringan komputer. Kehadiran internet sebagai media komunikasi serta media komunikasi modern lainnya menjadikan komunikasi interpersonal dapat dilakukan melalui surat elektronik atau media sosial. Beberapa bentuk komunikasi interpersonal masa kini bersifat real time, dalam artian pesan yang dikirim dan diterima pada satu waktu sebagaimana dalam komunikasi tatap muka. Pesan yang dikirimkan dan diterima melalui berbagai media sosial dalam konteks komunikasi interpersonal jelas memiliki pengaruh media sosial serta efek media sosial bagi hubungan interpersonal yang dibangun.

9. Komunikasi interpersonal melibatkan berbagai pilihan.

Pesan-pesan interpersonal yang kita komunikasikan kepada orang lain adalah hasil dari berbagai pilihan yang telah kita buat. Dalam kehidupan interpersonal kita dan interaksi kita dengan orang lain, kita disajikan dengan berbagai pilihan. Maksudnya adalah momen ketika kita harus membuat pilihan kepada siapa kita berkomunikasi, apa yang akan kita katakan, apa yang tidak boleh kita katakan, apakah pilihan frasa yang ingin kita katakan, dan lain sebagainya. Pilihan-pilihan komunikasi interpersonal beserta alasannya, dalam beberapa situasi, berbagai pilihan yang dipilih dapat bekerja dengan baik dibanding yang lainnya.

Komunikasi kepemimpinan mengacu pada proses di mana para pemimpin organisasi terhubung dan mempengaruhi pemangku kepentingan (Harrison & Mühlberg, 2014). Komunikasi kepemimpinan adalah komponen inti organisasi ' sistem komunikasi internal;

tidak hanya mengatur nada untuk komunikasi internal tetapi memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana pemangku kepentingan internal dan eksternal memandang organisasi ' citra dan reputasi. Diakui secara luas bahwa para pemimpin senior mendefinisikan DNAs perusahaan dan terhubung dengan dan mempengaruhi pemangku kepentingan melalui mengkomunikasikan nilai-nilai, tujuan, dan budaya perusahaan (Men & Bowen, 2017), sehingga dalam proses kegiatan organisasi perlu melihat situasi dan kondisi internal maupun eksternal yang di rasa mempengaruhi pemahaman karyawan dengan mempertimbangkan tingkatan informasi yang akan disampaikan seorang pemimpin kepada bawahan.

Kesimpulan

Pemimpin juga melihat bagaimana budaya dalam suatu organisasi, dan pemimpin harus mampu untuk mempengaruhi perilaku karyawan supaya sesuai dengan target kerja ,yang mempunyai arti bahwa budaya dalam suatu organisasi penting untuk di kelola oleh pemimpin sehingga menghasilkan tingkat optimal pada pemahaman karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam bekerja, penyampaian informasi yang baik berdasarkan kriteria informasi semisal tingkat urgent akan menghasilkan pemahaman yang optimal, sehingga kinerja organisasi dapat tercapai dengan optimal.

Ada beberapa aspek penting yang di pahami pemimpin yaitu: Hubungan (Relational) – komunikasi adalah dimana pengirim pesan atau penerima pesan memiliki peran yang sama dalam menyampaikan dan menerima pesan secara simultan dalam rangka untuk menciptakan makna yang sama. Kemudian pada situasi (Situational) – komunikasi yang terjadi antara dua orang dalam konteks tertentu, kuantitatif (Quantitative) – interaksi diadik termasuk didalamnya komunikasi impersonal. fungsional

(Functional) – komunikasi bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan interpersonal yang dirancang dengan suatu strategi dan taktik tertentu sebagaimana dinyatakan dalam teori strategi komunikasi.

Daftar Pustaka

- Arni, Muhammad (2011). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Allen MW, Gotcher JM, Seibert JH. 1993. A decade of organizational communication research: journal articles 1980–1991. *Ann. Int. Commun. Assoc.* 16:252–330.
- Harrison, E. B., & Mühlberg, J. (2014). *Leadership communication: How leaders communicate and how communicators lead in the today's global enterprise*. Business Expert Press.
- McPhee RD, Zaig P. 2001. Organizational theory, organizational communication, organizational knowledge, and problematic integration. *J. Commun.* 51:574–91
- Keyton J. 2011. *Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences*. Thousand Oaks, CA: Sage. 2nd ed.
- Keyton, 2017, *Communication in Organizations, The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4:501–26
- Men, L. R., & Bowen, S. (2017). *Excellence in internal communication management*. New York: Business Expert Press.
- Poole MS. 2014. Systems theory. See Putnam & Mumby 2014, pp. 49–74
- Putnam LL, Pacanowsky M, eds. 1983. *Communication and Organizations: An Interpretive Approach*. Beverly Hills, CA: Sage
- Putnam LL, Mumby DK, eds. 2014. *The Sage Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Los Angeles: Sage. 3rd ed.
- Scott CR, Lewis L, Barker JR, Keyton J, Kuhn T, Turner PK, eds. 2017. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*, Vols. 1–4. Hoboken, NJ: Wiley. In press
- Sias PM. 2016. From the editor-in-chief. *Manag. Commun. Q.* 30:3–4
- Sundstrom B, Briones RL, Janoske M. 2013. Expecting the unexpected: non-profit women's organizations' media responses to antiabortion terrorism. *J. Commun. Manag.* 17:341–63
- Weick KE. 1965. *The Social Psychology of Organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley