

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Berkenaan posisi riset yang membuat pembeda dari literatur kajian yang pernah dilakukan. Pada studi ini, Organisasi Perjuangan Wahidiyah yang terdapat anggota serta pemimpin yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, merupakan objek. Subjek peneliti yang ingin diketahui adalah keaktifan partisipasi anggota dalam organisasi tersebut. Peneliti ingin menggunakan pandangan dari pemimpin bagaimana keaktifan anggota dan usaha komunikasi apa yang dilakukan, serta pandangan dari peserta alasan jarang aktif untuk berkegiatan organisasi. Sehingga kajian ini bertujuan untuk mengetahui variabel objek dan subjek akan saling mempengaruhi. Untuk menghindari hal-hal yang di luar kendali peneliti, seperti mengakui karya orang lain, berikut merupakan beberapa paparan mengenai penelitian terdahulu yang bisa dijadikan referensi bagi peneliti :

1. Melyani Filtania, dan Wira Adiguna (2023)

Penelitian ini berjudul “Peran Komunikasi dan Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kreativitas Karyawan Vindes Corp” pada tahun 2023. Tujuan diadakanya penelitian ini untuk menganalisis kontribusi komunikasi serta budaya organisasi dalam memperkuat dan mengembangkan kreativitas dalam Vindes Corp. Metode yang diambil oleh penulis adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menganalisis artikel mengenai Vindes Corp di platform online dan media sosial. Sedangkan hasil yang didapat dari studi ini diketahui bahwa dalam fungsi komunikasi dalam sebuah organisasi, sangat penting untuk menentukan saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya. Namun, kebiasaan organisasi menghargai kreativitas dan inovasi.

Budaya organisasi memungkinkan anggota untuk memaksimalkan potensi mereka sesuai dengan nilai dan kebiasaan organisasi. Ketika budaya dan komunikasi organisasi digabungkan, anggota merasa lebih terlibat dalam mempertahankan organisasi. Subjek penelitian membedakan penelitian ini dari penelitian penulis. Peran komunikasi dalam organisasi dan budayanya lebih difokuskan dalam penelitian ini. Sebaliknya,

komunikasi yang dilakukan oleh para pemimpin organisasi lebih difokuskan dalam penelitian ini. Perbedaan tambahan ditemukan pada objek yang akan diteliti. Penelitian ini melihat Vindes Corp, tetapi peneliti akan menyelidiki organisasi agama Perjuangan Wahidiyah.

2. Bangkit Pratama., *et al* (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Bangkit Pratama dan kawan kawan berjudul “Pola Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan” dipublikasikan pada tahun 2020. Maksud utama dari studi ini untuk memahami pola komunikasi pemimpin divisi legal corporate PT. Perintis Pelayanan Paripurna Terhadap Motivasi Kerja Karyawan. Hasil studi menunjukkan komunikasi secara vertikal pada divisi legal perusahaan membentuk pola komunikasi *all channel*, tetapi masih ada hambatan komunikasi di tempat kerja, salah satunya adalah *miscommunication*. Selain itu, terjadi komunikasi secara horizontal, seperti yang ditunjukkan oleh interaksi di divisi legal perusahaan dan di tingkat jabatan sesama manajer. Interaksi ini berjalan secara mulus diakibatkan kebersamaan yang tercipta antar karyawan. Proses komunikasi menunjukkan pola komunikasi semua saluran, memungkinkan seluruh orang di divisi hukum perusahaan mengutarakan informasi langsung tanpa melibatkan pihak perantara. Walaupun pola semua saluran telah ada di bidang hukum perusahaan, mereka tidak dapat berkomunikasi.

Sementara itu, perbedaan antara riset tersebut dan riset yang penulis lakukan berada pada titik fokus kajiannya, riset tersebut memfokuskan pada pola komunikasi pada pemimpin organisasi, sedangkan penulis berfokus pada mewujudkan peningkatan partisipasi anggota organisasi oleh komunikasi pemimpin.

3. Muhammad Tibyan, 2015

Pada penelitian yang berjudul “Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan” tahun 2015 bermaksud menjabarkan fungsi komunikasi organisasi yang dijalankan oleh PO Blue Star dalam membentuk loyalitas karyawan, dengan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan hasil yang didapat dari riset ini yaitu komunikasi yang terlaksana

di dalam PO Blue Star antar anggota mempengaruhi para karyawan. Karena itu, mereka memiliki rasa setia, semangat kerja yang positif pada perusahaan. Kesetiaan karyawan ini terbentuk dengan memanfaatkan beragam bentuk komunikasi yang dilakukan pada organisasi. Setiap anggota dari organisasi PO Blue Star memiliki peran yang krusial dalam setiap aktivitas perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap proses bisnis serta pencapaian tujuan perusahaan.

Kesetiaan anggota pada PO Blue Star bisa diperhatikan dari cara mereka mematuhi kebijakan perusahaan, rasa tanggung jawab yang tinggi pada kinerja, kerja sama yang kuat dalam suatu tim, rasa cinta pada pekerjaan yang mereka lakukan di PO Blue Star, serta motivasi untuk bersama mengembangkan perusahaan. Perbedaan studi diatas dengan penelitian yang penulis laksanakan terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu memperdalam ragam komunikasi organisasi yang diterapkan di PO Blue Star Salatiga untuk menumbuhkan loyalitas karyawan, sedangkan penulis meneliti bentuk usaha komunikasi organisasi Perjuangan Wahidiyah Probolinggo untuk meningkatkan partisipasi anggota.

4. Elvianata Novi, 2013

Karya Novi Elvianata dalam penelitian yang berjudul “Peran Pemimpin dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Mestika Sakti Anugrah Semesta Medan” pada tahun 2013 bertujuan untuk mengetahui fungsi pemimpin dalam mengoptimalkan motivasi kerja karyawan di PT. Mestika Sakti Anugrah Semesta Medan. Kesimpulan studi ini, pemimpin pada perusahaan PT. Mestika Sakti Anugrah Semesta belum maksimal karena pemimpin ketika menumbuhkan semangat anggota masih belum mengupayakan terciptanya pola kerja yang optimal, tidak menyuguhkan pujian ataupun penghargaan kepada anggota yang berprestasi, serta kurangnya disiplin dalam bekerja, pemberian gaji yang belum memadai serta minimnya keterbukaan terkait sistem kerja di kantor dan kurang tanggung jawab pada anggotanya. Perbedaan antara studi tersebut dan studi yang peneliti lakukan berada pada aspek subjek penelitiannya. Studi sebelumnya berfokus pada motivasi kerja, namun studi

saya lebih fokus pada partisipasi anggota. Perbedaan lain tampak pada objek yang menjadi fokus penelitian. Studi sebelumnya dilakukan di PT. Mestika Sakti Anugrah Semesta Medan, sedangkan studi ini dilakukan pada organisasi Perjuangan Wahidiyah Probolinggo.

5. Irvianti, Laksmi Sito Dwi, dan Kokoh Chandranegara, 2010

Penelitian yang dilakukan mahasiswa asal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Nusantara, mempunyai judul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Manajer, Pola Komunikasi Dalam Organisasi, Dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan”. Penelitian ini menganalisis secara terpisah dan bersamaan dampak dari studi ini meneliti cara pemimpin perusahaan, metode komunikasi dalam organisasi, serta karakter penghargaan terhadap loyalitas karyawan. Penelitian ini dilaksanakan di PT Citra Transport Nusantara dengan menggunakan pendekatan korelasional dan analisis regresi berganda. Data yang diperoleh dan diolah didapatkan dari karyawan sebagai subjek, yang memberikan penilaian tentang tingkat loyalitas mereka menggunakan skala likert. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang baik serta dampak yang kuat dan signifikan antara cara komunikasi di dalam organisasi, tipe penghargaan yang diberikan, dan kesetiaan karyawan.

Riset ini menunjukkan bahwa pengaruh ragam bentuk apresiasi yang diberikan atas loyalitas karyawan paling kuat, disusul dengan korelasi pola komunikasi dalam organisasi pada loyalitas karyawan, dan kemudian oleh pengaruh gaya kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan. Perbedaan yang paling signifikan antara studi ini dan studi saya adalah pada cara pendekatan yang diterapkan. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menerapkan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif, sementara penelitian saya akan mengadopsi metode kualitatif yang juga bersifat deskriptif.

## **2.2 Pengertian-Pengertian Terkait Konsep Dasar Yang Diteliti**

### **2.2.1 Komunikasi**

#### **A. Pengertian Komunikasi**

Makna komunikasi berasal dari istilah Latin "*Communis*" yang berarti menciptakan kebersamaan atau membangun ikatan antara dua individu atau lebih. Menurut Cherry dalam penjelasannya di Stuart, komunikasi juga datang dari kata Latin "*Communico*" yang berarti saling berbagi. Rongers dan D. Lawrence Kincaid menegaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana dua orang atau lebih saling bertukar informasi, yang menghasilkan pemahaman yang lebih dalam. Edward Depari menjelaskan komunikasi sebagai "proses menyampaikan ide, harapan, dan pesan melalui simbol-simbol tertentu yang memiliki makna, dilakukan oleh seorang pengirim yang ditujukan kepada penerima. " Sejalan dengan pandangan Theodore Herbert, komunikasi adalah proses yang menunjukkan bagaimana pengetahuan dipindahkan dari satu orang ke orang lainnya, umumnya dengan tujuan tertentu.

Berdasarkan penjelasan mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki beberapa ciri khas, yaitu:

1. Komunikasi merupakan sebuah proses. Artinya, komunikasi terdiri dari serangkaian tindakan atau kejadian yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau urutan) dan saling terkait dalam jangka waktu tertentu.
2. Komunikasi merupakan usaha yang dilakukan dengan sengaja dan memiliki maksud. Kegiatan komunikasi ini dilakukan dengan kesadaran penuh, dengan tujuan yang jelas dan sesuai dengan keinginan para pelakunya.
3. Komunikasi membutuhkan partisipasi dan kolaborasi dari pihak-pihak yang terlibat. Agar proses komunikasi berjalan dengan baik, semua pihak yang terlibat (dua orang atau lebih) perlu berkontribusi aktif dan memiliki perhatian yang sama.
4. Komunikasi bersifat simbolis, yang berarti bahwa ini adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan memanfaatkan simbol-simbol.

## B. Macam Macam Konteks Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu mekanisme atau aliran penyampaian informasi dan pesan secara timbal balik yang berinteraksi kepada penerimanya, sehingga penerima dapat memahami maksudnya. Menurut Denis McQuail, ada enam tingkatan umum dalam proses komunikasi yang terjadi di masyarakat, yaitu:

### 1. Komunikasi intra-pribadi

Proses komunikasi ini berlangsung di dalam diri individu, meliputi pengolahan informasi melalui indera dan sistem saraf. Contohnya termasuk berpikir, merenungkan, menulis, menggambar, dan sebagainya.

### 2. Komunikasi antar-pribadi

Proses ini terjadi secara langsung antara satu orang dengan orang lainnya, baik secara langsung maupun melalui media virtual. Contohnya adalah surat menyurat, pertemuan tatap muka, atau melalui telepon dan lainnya.

### 3. Komunikasi kelompok

Proses komunikasi ini terjadi antara satu kelompok dengan kelompok lain, tidak bersifat pribadi. Dalam tingkatan ini, setiap individu yang terlibat berkomunikasi sesuai dengan peran dan posisinya dalam kelompok. Contohnya adalah diskusi antara guru dan murid di kelas, atau percakapan antara ayah dan ibu.

### 4. Komunikasi antar-kelompok/asosiasi

Proses komunikasi ini berlangsung antara satu kelompok dengan kelompok lain. Dengan jumlah pelaku yang bervariasi terlibat bisa saja hanya melibatkan dua orang atau beberapa orang, tetapi setiap individu membawa peran dan posisinya sebagai perwakilan dari kelompok atau asosiasinya masing-masing.

### 5. Komunikasi organisasi

Komunikasi ini mencakup aktivitas komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi serta komunikasi antara organisasi. Perbedaannya

terletak pada sifat komunikasi ini yang lebih resmi dan lebih menekankan prinsip-prinsip efisiensi dalam pelaksanaannya.

#### 6. Komunikasi dengan masyarakat luas

Pada tingkat ini, aktivitas komunikasi diperuntukkan bagi masyarakat umum. Kegiatan komunikasi ini dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui media massa. Contohnya mencakup surat kabar, radio, televisi, dan lain sebagainya.

### 2.2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah mekanisme di mana beragam pesan yang berkaitan dengan organisasi ditransmisikan dan diterima dalam entitas, terlepas dari apakah interaksi ini terlaksana dalam kolektif formal atau informal. Di dalam (Mira Maulani dkk., 2021) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut : *“organizational communication is the process of creating and exchanging message within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty.”* Konteks definisi ini, jelas merupakan komunikasi organisasi mekanisme merumuskan serta menyebarluaskan informasi dalam kerangka kompleks hubungan yang terkait, yang bertujuan agar menavigasi lingkungan yang tidak pasti atau berkembang secara dinamis.

Komunikasi organisasi diartikan sebagai pengiriman serta interpretasi informasi antara elemen-elemen komunikasi yang termasuk dari sebuah organisasi. Komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan arti melalui interaksi yang membangun, mempertahankan, dan mengubah organisasi (Dabitha S & Juariyah, 2023). Komunikasi dipengaruhi oleh struktur organisasi, jadi komunikasi antara bawahan dan pimpinan sangat berbeda satu sama lain.

Komunikasi organisasi berarti mengungkapkan dan menerima pesan dalam lingkungan organisasi, baik kelompok formal maupun informal. Setelah meneliti pengertian komunikasi dan organisasi, komunikasi organisasional merupakan interaksi yang berlangsung untuk mencapai tujuan antara anggota organisasi (Mira Maulani dkk., 2021). Representasi dan penafsiran pesan di antara elemen-elemen komunikasi yang tergabung

dalam suatu organisasi tertentu adalah pemahaman mengenai fungsi-fungsi komunikasi organisasi, sedangkan pemahaman interpretatif terkait komunikasi organisasi adalah proses menciptakan makna dari interaksi-interaksi yang membentuk struktur organisasi. Komunikasi organisasi ialah "tindakan pengorganisasian" yang berlangsung serta cara individu yang terlibat berinteraksi dan memahami peristiwa yang terjadi (Oktavia, t.t. 2016).

Dalam suatu organisasi, pemimpin berperan sebagai penghubung informasi. Seorang pemimpin yang efektif umumnya memiliki kemampuan komunikasi yang sangat baik, yang memungkinkan mereka untuk secara signifikan mendorong keterlibatan dari orang-orang yang mereka pimpin (Aini dkk., 2023). Dia juga perlu mahir dalam berkomunikasi, entah secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi lisan yang efektif bisa dicapai dengan memilih pilihan kata yang santun. Komunikasi tanpa kata mampu menyampaikan ide-ide yang sulit dipahami seperti kebenaran, keadilan, moralitas, dan keyakinan agama melalui cara yang tidak menggunakan ucapan, contohnya dengan gerakan tubuh (Zahara, 2018).

Menurut Pace dan Faules, komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan pemaknaan pesan di antara berbagai unit komunikasi dalam organisasi yang bersangkutan. Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan di dalam suatu organisasi melalui jalur formal maupun informal, menurut Devito.

Alice A. Wright dan Jhon J. Lynch, Jr (1995) pada teorinya mengategorikan hambatan pada komunikasi menjadi empat yaitu:

- Gangguan

Gangguan berupa mekanik dan semantik. Gangguan mekanik muncul akibat interaksi komunikasi atau gangguan fisik, sedangkan gangguan semantik berkaitan dengan pesan komunikasi yang mengubah makna yang dimaksudkan sebelumnya.

- **Kepentingan**  
Individu cenderung hanya memberi perhatian pada pesan yang berkaitan dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya berdampak pada perhatian, namun juga menentukan respons, emosi, pemikiran, serta perilaku.
- **Motivasi**  
Komunikasi bisa efektif jika informasi yang disampaikan sesuai dengan dorongan dari penerima.
- **Prasangka**  
Orang yang mempunyai bias pada pengirim pesan bisa mengakibatkan komunikasi menjadi kurang optimal. Karena dalam stereotip, perasaan mendorong individu untuk mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan logika.

Didasarkan pada penjelasan di atas tentang hambatan komunikasi organisasi, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa fungsi komunikasi organisasi bertujuan untuk meningkatkan proses pengiriman pesan tentang hal-hal yang berkaitan betapa pentingnya komunikasi antara anggota organisasi untuk menciptakan motivasi berpartisipasi dalam kegiatan organisasi agar tidak terjadi hambatan yang tidak diinginkan.

Komunikasi tanpa strategi juga pasti nihil. Strategi komunikasi di dalam organisasi berkaitan dengan cara agar proses komunikasi dapat berlangsung efektif serta tindakan yang perlu diambil saat berhadapan dengan anggota organisasi yang memiliki latar belakang yang beragam. Penerapan strategi komunikasi organisasi perlu disesuaikan dengan berbagai kebiasaan anggota yang ada dalam organisasi itu. Tentu saja, pelaksanaan strategi komunikasi di dalam sebuah organisasi dipengaruhi oleh hubungan antara anggotanya. Maka dari itu, sangat penting bagi suatu organisasi untuk memahami berbagai tipe strategi komunikasi yang terdapat di dalamnya, yaitu sebagai berikut :

a. Pembangunan gaya kepemimpinan yang ideal.

Pembangunan gaya kepemimpinan tepat dan sesuai harapan anggota dalam organisasi mempengaruhi seberapa efektif komunikasi organisasi berlangsung. Hal ini sejalan dengan pendapat Karl Kuhnert dan Philip Lewis yang berpendapat bahwa jika pemimpin bisa memahami keinginan anggota, maka komunikasi dapat berlangsung dengan efektif.

b. Mengoptimalkan fungsi manajerial pada organisasi

Selain menciptakan kepemimpinan yang efektif, tambahan yang tak kalah utama ialah mengoptimalkan kinerja pemimpin sebagai penerima pesan yang mampu mendengarkan dengan baik untuk anggota. Salah satu kemampuan pemimpin pada organisasi yaitu mengerti serta menanggapi pandangan serta motivasi anggota. Semakin anggota bersemangat, maka akan lebih terbuka dan luas pula komunikasi yang terjalin.

c. Memaksimalkan hubungan antar anggota

Salah satu cara untuk mengoptimalkan interaksi antar anggota adalah dengan mengurangi perbedaan jenjang kekuasaan. Namun metode ini kurang tepat jika dilakukan pada organisasi formal dan hierarki yang kaku.

d. *Reward and Punishment*

Memberikan hadiah dan sanksi dalam aktivitas organisasi adalah cara untuk meningkatkan komunikasi di dalam organisasi. Anggota cenderung mempunyai dorongan dan keinginan yang lebih besar ketika menerima penghargaan. Dan akan memperoleh disinsentif jika karyawan tersebut diberi sanksi. Dan tentu saja hal ini bisa memengaruhi pencapaian visi dan misi perusahaan.

### 2.2.3 Pengertian Pimpinan dan Kepemimpinan

Sebuah kelompok manusia yang berinteraksi berdasarkan cara terarah untuk meraih sasaran yang telah ditetapkan, biasanya memiliki seorang pemimpin dan mempunyai semangat kepemimpinan (Dewi, t.t. 2015). Menurut para ahli pemimpin merupakan individu yang memiliki

otoritas untuk memberikan arahan bawahan dalam mengerjakan bagian tugasnya agar tujuan dapat tercapai. Selain itu, kepemimpinan dipahami dengan proses persuasif, bukan semata berasal dari pemimpin kepada para anggotanya secara searah saja, tetapi juga dua arah.

Pengikut efektif bisa menjadi pemimpin dengan memahami pemimpin yang sudah ada dan di tingkatan pihak-pihak tertentu turut menyampaikan masukan kepada pemimpin tersebut. Dampak tersebut ialah proses bagaimana pemimpin menyampaikan gagasan, memperoleh pengakuan untuk gagasan, dan mendorong para pendukung agar bersedia mendukung serta merealisasikan gagasan tersebut melalui transformasi. (Irvianti & Chandranegara, 2017). Wewenang formal adalah kemampuan manajer untuk mengatur, mengarahkan, dan mengendalikan karyawan agar tugas-tugas di setiap bagian bisa bekerja sama dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Maka ketika melihat kepribadian seorang pemimpin, pertama-tama ia harus mampu memaksimalkan pertumbuhan bawahannya.

Ginnett Robert dan Coulter (2002) mengidentifikasi adanya empat perilaku pemimpin, yaitu:

1. Pemimpin yang mengarahkan : membagikan kesempatan kepada anggotanya agar memahami apa yang diinginkan dari mereka, menjadwalkan tanggungjawab yang harus dikerjakan, serta memberi arahan khusus mengenai solusi pekerjaan tersebut.
2. Pemimpin yang membantu : mempunyai sikap ramah serta *aware* pada kebutuhan anggotanya. Pemimpin *support* baik terhadap emosional dan fasilitas yang dibutuhkan organisasinya. Biasanya pemimpin yang menganut gaya ini adalah suatu perusahaan yang lingkungannya sudah besar.
3. Pemimpin yang informatif : tujuan dari hal tersebut adalah agar seluruh anggota organisasi dapat menerima informasi yang lebih lengkap, lebih berkualitas, dan lebih tepat waktu. Dengan mendapatkan info tersebut, seluruh anggota organisasi bisa menjalankan tugasnya dengan lebih akurat. Informasi ini diperlukan

oleh seluruh anggota, meskipun mereka mempunyai peran atau wewenang yang berbeda pada organisasi tersebut. Orang-orang yang ada dalam struktur manajemen menginginkan pesan informasi agar menjadikan keputusan tentang aturan organisasi atau menyelesaikan masalah yang terjadi pada organisasi. Anggota juga perlu berdiskusi dengan anggota serta memperhatikan masukan dari anggota sebelum mengambil keputusan.

4. Pemimpin integratif : adalah orang yang mengelola organisasi dengan memberikan jalur komunikasi yang memudahkan anggotanya bekerja sesuai tugas dan peran mereka. Ada dua jenis jalur komunikasi resmi, yaitu seperti surat kabar atau newsletter khusus dalam organisasi, serta laporan kemajuan organisasi. Selain itu, adapun jalur komunikasi tidak resmi berupa percakapan antar pribadi di dalam organisasi.

Kepemimpinan seharusnya dapat mendorong orang lain untuk bertindak. Dari definisi tersebut, seorang pemimpin yang baik adalah individu yang berhasil meyakinkan anggota timnya bahwa aspirasi pribadi mereka sejalan dengan pandangan pemimpin dan bahwa mereka memiliki kontribusi untuk mewujudkan pandangan itu. Ide tentang kepemimpinan sangat berkaitan dengan konsep kekuasaan. Dengan memiliki wewenang, pemimpin mendapatkan cara untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku para pengikutnya. Ada beberapa faktor agar seseorang dapat digerakkan oleh sejumlah hal, ancaman, penghargaan, otoritas, dan bujukan. Dalam hal pekerjaan kelompok, kepemimpinan berdampak pada proses pengarahan. Ada tiga konsekuensi penting dari kepemimpinan ;

- (1) Kepemimpinan selalu mencakup keberadaan pihak lain, baik bawahan maupun para pengikut.
- (2) Kepemimpinan memerlukan pembagian wewenang secara seimbang antara pemimpin dan anggota organisasi.
- (3) Memiliki kapasitas untuk memanfaatkan berbagai jenis kekuasaan guna mempengaruhi tindakan para pengikutnya (Rinai, 2018).

Interpretasi lain dari kepemimpinan mencakup upaya sistematis memotivasi individu untuk mengerti dan sepaham dengan tugas-tugas spesifik yang memerlukan pelaksanaan, bersama dengan metodologi yang digunakan untuk menyelesaikan tugas-tugas ini dengan cara yang efektif. Selanjutnya, kepemimpinan merupakan mekanisme yang meningkatkan upaya kolaboratif baik individu maupun kelompok dalam mengejar tujuan bersama. Sangat penting bagi para pemimpin organisasi untuk secara konsisten mengalokasikan waktu untuk komunikasi pribadi dengan anggota tim sebagai strategi untuk menumbuhkan perhatian dan umpan balik timbal balik. Hal ini disebabkan oleh peran penting yang dimainkan komunikasi dalam meningkatkan moral para anggota.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pimpinan dan kepemimpinan memiliki perbedaan makna namun tetap satu kesatuan. Pimpinan merujuk pada seseorang atau peran yang bertugas memimpin sebuah kelompok, organisasi, atau tim. Istilah ini menyatakan secara jelas bahwa yang dimaksud bisa merupakan individu seperti direktur, ketua, atau manajer, atau bisa juga merupakan posisi resmi dalam struktur hierarki. Sedangkan kepemimpinan adalah proses, kualitas, atau kemampuan untuk memimpin secara keseluruhan. Dalam sebuah hierarki, keduanya saling terkait pimpinan yang baik biasanya didukung oleh kepemimpinan yang solid.

#### 2.2.4 Partisipasi

Partisipasi adalah keterlibatan satu orang atau lebih dalam sebuah aktivitas. Keterlibatan meliputi partisipasi psikologis dengan memanfaatkan semua inisiatif dalam diri pada setiap aktivitas yang dilakukan serta berkontribusi terhadap tercapainya tujuan dan pemenuhan tanggung jawab atas seluruh bentuk partisipasi. Secara etimologis, partisipasi diambil dari bahasa Inggris "*participation*" yang mengandung makna turut serta dan keterlibatan. Di KBBI dijelaskan bahwa "partisipasi" berarti: tindakan terlibat pada suatu kegiatan, keikutsertaan, peran aktif.

Partisipasi bisa juga diartikan bahwa para pembuat keputusan mendorong individu-individu untuk berkontribusi untuk memberikan masukan dan kritik, barang, kreatifitas, bahan, serta layanan. Dengan kata lain Partisipasi berarti bahwa sebuah kelompok memahami permasalahan mereka, menganalisis opsi yang ada, mengambil keputusan, serta menyelesaikan masalah yang dihadapi. Theresia (2015) mengartikan partisipasi sebagai "ikut serta", yang berarti suatu tindakan atau pengakuan untuk terlibat dalam suatu kegiatan guna mendapatkan keuntungan dari kegiatan itu. Partisipasi diartikan sebagai keterlibatan mental dan emosional individu dalam kondisi kelompok yang memotivasi mereka agar berkontribusi pada visi misi kelompok dan bertanggungjawab secara bersama.

Partisipasi adalah keikutsertaan mental serta emosional individu pada kondisi kelompok yang memotivasi mereka untuk mendukung target kelompok dan turut bertanggung jawab pada kelompok tersebut. Pandangan lain menyatakan jika partisipasi adalah keterlibatan fikiran dan perasaan oleh para anggota ke dalam kondisi organisasi yang relevan dan berperan bertanggungjawab atas organisasi tersebut. (Dwi Gemina *et al.*, 2025) berpendapat bahwa sasaran utama partisipasi mengandung arti melibatkan masyarakat dalam proses penentuan keputusan, memberikan mereka kesempatan untuk bersuara, mendorong serta mengikutsertakan mereka, dan mengejar tujuan yang sama. Membuat tipologi partisipasi dalam tujuh tingkatan berbeda, mulai dari partisipasi pasif ke mobilisasi sebagai berikut :

1. Partisipasi yang pasif. Keterlibatan yang tidak aktif, masyarakat terlibat melalui informasi diutarakan mengenai apa yang selanjutnya terjadi dan apa yang sudah terjadi. Info ini disampaikan secara sepihak oleh pemimpin tanpa memperhatikan respons dari anggota. Informasi yang diberikan hanya menjadi hak milik profesional luar.
2. Partisipasi yang informatif. Anggota ikut serta dengan memberikan jawaban atas pertanyaan ditujukan oleh peneliti melalui survei atau pendekatan yang sebanding. Mereka tidak memiliki peluang terlibat

pada proses, seperti hasil penelitian yang tidak bisa dibagikan atau diverifikasi faktanya.

3. Partisipasi melalui konsultasi. Seseorang terlibat dengan direkomendasikan sehingga pihak luar mendengarkan pandangan mereka. Profesional eksternal mengidentifikasi masalah serta jalan keluarnya, serta menyesuaikannya berdasarkan reaksi anggota. Proses konsultasi bukan berperan pada pengambilan keputusan, dan para profesional eksternal tidak diharuskan untuk mengakomodasi harapan anggota.
4. Partisipasi karena insentif material. Anggota ikut serta pada menyuplai sumber daya tenaga sebagai balasan makanan, dana, ataupun jenis materi lainnya. Tahap ini sering diterapkan pada pengelolaan lahan tani, di mana petani menyediakan lahan namun tidak berpartisipasi saat proses eksperimen dan evaluasi.
5. Partisipasi fungsional. Anggota berkontribusi membentuk tim agar mencapai target yang kaitanya dengan proyek, atau mendirikan organisasi sosial dari luar. Keikutsertaan semacam ini cenderung tidak muncul saat fase awal kegiatan atau persiapan tetapi sesudah keputusan penting diambil. Partisipasi semacam ini biasanya bergantung pada fasilitator dan pihak eksternal, meskipun mungkin akan bertransformasi menjadi lebih mandiri di masa depan.
6. Partisipasi interaktif. Anggota terlibat melewati observasi kolektif, bertujuan untuk merancang strategi kerja dan mendirikan organisasi lokal baru atau mengoptimalkan organisasi yang sudah ada. Hal tersebut biasanya mengaitkan pendekatan lintas disiplin yang muncul dari beragam sudut pandang serta menggunakan proses pembelajaran yang teratur dan berstruktur.

Partisipasi anggota pada suatu organisasi ialah hal yang sangat utama. Hal ini berarti bahwa setiap orang atau kelompok aktif terlibat dalam berbagai aktivitas, pengambilan keputusan, serta proses pengembangan organisasi. Partisipasi ini tidak hanya sekadar menghadiri rapat atau menjalankan tugas sesuai peran yang ditetapkan,

melainkan juga melibatkan memberikan ide, berinisiatif, dan menunjukkan komitmen yang dalam untuk mencapai tujuan bersama. Partisipasi ini bisa berbentuk beragam, seperti partisipasi struktural yang terjadi melalui peran resmi sesuai hierarki organisasi, partisipasi informal yang terjadi dalam interaksi sehari-hari di antara anggota, serta partisipasi strategis yang melibatkan penentuan visi dan misi organisasi jangka panjang. Semua jenis partisipasi ini bertujuan untuk memperkuat rasa memiliki dan kesetiaan anggota terhadap organisasi. Partisipasi ini mempunyai manfaat yang tinggi, baik bagi individu ataupun organisasi secara keseluruhan.

Bagi anggota, partisipasi memberikan kesempatan untuk berkembang, meningkatkan kemampuan, dan memenuhi kebutuhan akan pengakuan serta rasa bebas. Bagi organisasi, partisipasi bisa mendorong terciptanya inovasi, efisiensi kerja. Tantangan umum yang terjadi antara lain sikap pasif akibat beban kerja berlebih, ketidakpercayaan terhadap proses pengambilan keputusan, atau ketidakseimbangan dalam akses informasi. Untuk menangani hal ini, organisasi bisa menggunakan strategi seperti pelatihan kepemimpinan partisipatif, pembentukan komite representatif, serta penggunaan teknologi untuk memfasilitasi umpan balik secara *real-time*.

### **2.3 Gaya Komunikasi Kepemimpinan**

Memahami lima tipe komunikasi dalam kepemimpinan yang sering digunakan. Kinerja karyawan dalam sebuah perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah gaya komunikasi pemimpin dalam organisasi atau perusahaan, serta seberapa sering komunikasi terjadi antara pimpinan dan bawahannya. Kepemimpinan adalah proses yang mempengaruhi pemikiran, emosi, sikap, dan tindakan orang lain, sehingga mereka mau melakukan tugas untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin. Konsep interaksi antara atasan dan bawahan sangat berakar pada perbedaan kekuasaan, yang tercermin dalam perbedaan status, hak, dan pengawasan. Kualitas komunikasi antara bawahan dan atasan ditentukan oleh hubungan personal yang terjalin di antara mereka dan bagaimana hubungan tersebut

memenuhi kebutuhan bawahan. Terdapat beragam jenis atau gaya komunikasi dalam konteks kepemimpinan itu sendiri. Biasanya, gaya komunikasi kepemimpinan dipengaruhi oleh kepribadian pemimpin dan cara dia memimpin dalam menjalankan organisasi atau perusahaan. Adapun gaya komunikasi yang dilakukan pemimpin adalah sebagai berikut ;

1. Gaya Mengendalikan

Pendekatan komunikasi kepemimpinan ini fokus pada pengawasan terhadap organisasi atau perusahaan. Pemimpin dengan pendekatan komunikasi mengendalikan akan membatasi serta cenderung mengatur aksi, pemikiran, dan reaksi karyawan. Interaksi yang terjadi dalam pendekatan komunikasi ini adalah komunikasi satu arah dari atasan kepada bawahan.

2. Gaya Setara

Model komunikasi kepemimpinan ini menekankan pada prinsip kesetaraan dalam berkomunikasi. Tipe komunikasi kepemimpinan ini melibatkan pertukaran informasi atau ide secara dua arah, baik dari pimpinan kepada anggota tim maupun sebaliknya. Komunikasi dalam kepemimpinan ini berlangsung secara transparan, yang berarti setiap individu dalam organisasi atau perusahaan memiliki hak untuk menyampaikan pandangannya. Pemimpin akan memungkinkan bawahannya untuk turut menyampaikan pendapat terkait proses pengambilan keputusan dalam organisasi atau perusahaan.

3. Gaya Struktural

Pada tipe komunikasi kepemimpinan ini, seorang pemimpin menyampaikan informasi yang bertujuan untuk memperjelas instruksi tugas, tenggat waktu tugas, serta struktur organisasi atau perusahaan. Dalam gaya komunikasi ini, pemimpin berusaha mempengaruhi anggota tim dengan cara menyampaikan informasi seputar tujuan, jadwal kerja, ketentuan pekerjaan, dan prosedur operasi dalam organisasi atau perusahaan. Tipe komunikasi kepemimpinan seperti ini akan berfungsi dengan baik dan berguna bagi organisasi atau perusahaan jika diterapkan dengan tepat.

#### 4. Gaya Dinamis

Komunikasi kepemimpinan gaya dinamis ini artinya pelaku komunikasi akan bersikap lebih agresif dalam menyampaikan dan menangkap pesan. Dalam gaya ini, baik pemimpin dan bawahan sadar betul bahwa lingkungan organisasi atau perusahaan mereka dinamis sehingga berfokus pada tindakan.

#### 5. Gaya *Relinquishing*

Pada pendekatan komunikasi kepemimpinan ini, seorang pemimpin menunjukkan keterbukaan untuk menerima masukan atau gagasan dari orang lain. Pemimpin mau mengesampingkan keinginannya untuk memberikan instruksi dan mengelola stafnya. Metode komunikasi kepemimpinan ini dapat berhasil jika pemimpin beroperasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang terdiri dari individu-individu berpengalaman, memiliki pengetahuan yang luas, dan mampu bertanggung jawab atas setiap tugas yang diberikan.

### 2.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah inti dari pengamatan, sehingga observasi dan analisis hasil penelitian menjadi lebih terarah. Pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih ditentukan oleh seberapa penting, mendesak, dan andalnya permasalahan yang akan diselesaikan (Sugiyono 2017). Untuk mengetahui batasan dan gaya komunikasi pemimpin dalam organisasi ini, maka yang menjadi fokus penelitian adalah ;

- a) Gaya komunikasi pemimpin. Menyoroti bagaimana jenis, gaya, dan pendekatan komunikasi pemimpin yang ia lakukan dalam menyampaikan informasi.
- b) Beberapa aspek partipasi anggota. Menjelaskan situasi keikutsertaan anggota dalam menjalankan organisasi bersama.

### 2.5 Asumsi Dasar

Asumsi dalam penelitian, atau asumsi mendasar, merupakan suatu dugaan, perkiraan, pandangan, atau kesimpulan. Berdasarkan pendapat tim PPKI (2015), asumsi penelitian adalah keyakinan fundamental mengenai sesuatu

yang menjadi landasan untuk berpikir dan bertindak dalam kegiatan penelitian. Dari sudut pandang tersebut, dapat disimpulkan bahwa asumsi merupakan sebuah pemikiran untuk melakukan penelitian. Asumsi dalam riset ini yaitu dengan menggunakan komunikasi efektif dari seorang pemimpin, anggota organisasi lebih terdorong niat untuk berpartisipasi dalam kegiatan organisasi, sebab dengan usaha yang maksimal dari seorang pemimpin cenderung memberikan semangat terhadap para anggota organisasi.

