



Effectiveness of Organizational Communication in the Organization of the Faculty of Social and Political Sciences, Pattimura University

Olivia Tahalele

Universitas Pattimura, Indonesia

ABSTRACT: The problem is that the effectiveness of communication has not been carried out in educational organizations. This study aims to analyze and explain the description of the level of employee work effectiveness, the effectiveness of the dimensions of organizational communication vertically and horizontally, as well as the factors that cause the effectiveness of organizational communication at the Faculty of Social and Political Sciences at Pattimura University. The design of this study used a univariate descriptive quantitative method with a sample size of 25 people and the analytical technique was porcentative and conversional through the sociometric choice status index (ISP) in determining the priority of improvement by taking into account the relationship in the univariate model. The results of the analysis prove that the Factors Causing Organizational Communication Effectiveness are related through the Effectiveness of Organizational Communication Dimensions that affect Employee Work Effectiveness (Y) of 0.704 (70.4%) based on ISP as a follow-up increase by considering the intervention of other factors in outside the univariate research model of 0.296 (29.6%). The findings of this study in a univariate scope provide opportunities for structured improvement and strengthening of organizational communication which has implications for the achievement of optimal realization of Organizational Communication Effectiveness at the Faculty of Social and Political Sciences, Pattimura University.

Keywords: organization, communication, effectiveness

Corresponding Author: olivia.tahalele@fisip.unpatti.ac.id

Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura

Olivia Tahalele

Universitas Pattimura, Indonesia

ABSTRAK: Permasalahan belum efektifitas komunikasi yang dilakukan pada organisasi pendidikan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan gambaran mengenai tingkat efektivitas kerja pegawai, efektivitas dimensi – dimensi komunikasi organisasi secara vertikal dan horizontal, serta faktor – faktor penyebab efektivitas komunikasi organisasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pattimura. Desain penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif secara univariat dengan jumlah sampel 25 orang dan teknik analisis bersifat persentatif dan konvensional melalui sosiometrik indeks status pilihan (ISP) dalam menentukan prioritas peningkatan dengan memperhatikan hubungan dalam model univariat. Hasil analisis membuktikan bahwa Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi berhubungan melalui Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi yang berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja Pegawai (Y) sebesar 0,704 (70,4%) berdasarkan ISP sebagai tindak lanjut peningkatan dengan mempertimbangkan intervensi faktor-faktor lain di luar model penelitian univariat sebesar 0,296 (29,6%). Temuan penelitian ini dalam lingkup univariat memberikan peluang bagi peningkatan dan penguatan secara terstruktur komunikasi organisasi yang berimplikasi bagi capaian perwujudan Efektivitas Komunikasi Organisasi yang optimal Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

Kata kunci: organisasi, komunikasi, efektivitas

Submitted: 11 May; Revised: 23 May; Accepted: 26 May

Corresponding Author: olivia.tahalele@fisip.unpatti.ac.id

PENDAHULUAN

Jajaran organisasi dalam dunia kerja terus berkembang dan maju seiring dengan perubahan yang terjadi, selalu mengutamakan komunikasi sebagai salah satu faktor penting dalam menggerakkan setiap proses kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi. Komunikasi juga merupakan kunci keberhasilan berinteraksi dalam kehidupan organisasi, yang mana bila komunikasi berjalan efektif, maka arus informasi dalam dinamika kerjapun akan berjalan lancar sehingga dapat mempercepat proses penyelesaian suatu pekerjaan pada suatu organisasi. Sebaliknya bila komunikasi terlambat, arus informasipun tersendat, dan akhirnya tentu akan membuat suatu pekerjaan organisasi juga terlambat diselesaikan.

Dalam konteks organisasi, arus komunikasi antara atasan, bawahan, dan sesama rekan sekerja bahkan dengan pihak lain yang terkait dalam kegiatan suatu pekerjaan akan sangat berdampak pada kinerja semua unsur yang ada di lingkungan dunia kerja tersebut. Oleh karena itu, siapapun yang memasuki dunia kerja (organisasi) harus menyadari dan memahami pentingnya komunikasi secara efektif dalam menjalin hubungan yang sehat di lingkungan tempatnya beraktivitas (Lestari dan Maliki, 2003). Modalitas sangat dibutuhkan pada dinamika sosial masyarakat (Wance, Djae, 2019).

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam setiap organisasi publik, karena komunikasi berhubungan dengan arus informasi, instruksi, saran, dan berbagai bentuk komunikasi lainnya yang saling terkait dan menunjang. yang efektif dalam suatu organisasi diberikan kepada tenaga kerja secara keseluruhan baik tenaga kerja baru maupun tenaga kerja lama dan mempekerjakan mereka sedemikian rupa sehingga diperoleh atau dicapai hasil dan pelayanan yang sebesar-besarnya baik mengenai mutu maupun mengenai jumlah yang dapat memenuhi kebutuhan kerja yang diinginkan. Arus informasi tersebut banyak dibutuhkan, bukan hanya dibutuhkan oleh publik, melainkan juga dibutuhkan oleh organisasi publik. Komunikasi merupakan urat nadi pelaksanaan aktivitas organisasi publik. Komunikasi yang efektif dibutuhkan oleh organisasi publik karena komunikasi efektif akan membantu organisasi publik untuk menghasilkan kinerja yang lebih optimal (Wiryanto, 2004). Mengkomunikasikan cara mengorganisasikan dan memperlakukan orang-orang yang bekerja, sedemikian rupa sehingga mereka masing-masing akan memperoleh hasil yang sebesar-besarnya dari kemampuannya. Jadi memperoleh efektivitas kerja yang maksimal untuk diri sendiri dan untuk kelompoknya, disamping juga untuk organisasinya dimana mereka merupakan bagian dalam menentukan kemajuan dan hasil-hasil yang optimal.

Kedudukan komunikasi dalam organisasi merupakan suatu seni untuk memperoleh, mengembangkan, memelihara tenaga kerja yang cakap dalam berkomunikasi sehingga fungsi-fungsi dan tujuan-tujuan organisasi dapat dilaksanakan dengan efektivitas kerja yang tinggi dan terukur. Selain itu, mengkomunikasikan informasi dan aturan - aturan yang berhubungan dengan sumber daya manusia dalam organisasi, yakni segenap proses pemanfaatan tenaga kerja dalam pelaksanaan tugas. Begitupun dengan aktivitas yang berkaitan dengan masalah penggunaan tenaga kerja atau pegawai dalam suatu

usaha kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Aktivitas-aktivitas itu mengikuti perkembangan tugas organisasi dan menyesuaikan tenaga kerja dalam organisasi secara seimbang. Demikian komunikasi yang dibangun dalam suatu organisasi menjadi penting untuk diketahui, disimak dengan teliti, dipahami secara baik, sehingga jalinan hubungan dan interaksi dapat berlangsung dengan baik dari atasan kepada bawahan, sebaliknya dari bawahan kepada atasan, maupun antara rekan sekerja yang setara atau sejajar posisinya, juga antara bawahan dengan bawahan dalam proses kerja sama dalam mengemban tugas dan fungsinya mencapai tingkat efektivitas kerja yang tinggi dalam mencapai tujuan suatu organisasi yang telah ditetapkan dengan baik dan optimal sebagaimana yang diharapkan.

Efektivitas kerja pegawai merupakan aspek penting yang harus mampu ditingkatkan secara baik dan optimal pada setiap organisasi. Tinggi atau rendahnya tingkat efektivitas kerja yang dimiliki menjadi ukuran yang menunjukkan tingkat keberhasilan yang dicapai pada setiap organisasi. Suatu organisasi yang berhasil dapat dilihat dari sejauhmana organisasi tersebut dapat meningkatkan efektivitas kerjanya mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Tangkilisan, 2005: 138). Efektivitas kerja menunjukkan kemampuan para pegawai suatu organisasi dalam mencapai sasaran - sasaran (hasil akhir) yang telah ditetapkan secara tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan target waktu yang telah ditetapkan dan ukuran maupun standar yang berlaku mencerminkan suatu organisasi tersebut telah memperhatikan efektivitas operasionalnya (Amrullah & Budiyono, 2004).

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses interaksi antarmanusia dan aktivitas yang tidak bisa ditiadakan selama manusia hidup. Sebaliknya, komunikasi itu sangat kompleks dan memiliki banyak bentuk. (Ruben dan Steward, 2013). Penegasan tentang pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia juga disampaikan oleh Scheidel dalam Mulyana (2007) yang mengemukakan: "Bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan untuk melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain (Zimmerman dalam Mulyana 2007). Manajemen komunikasi sangat dibutuhkan dalam melakukan hubungan sosial (Tuanaya, Tuhumury, Wance, 2020).

Terkait dengan fungsi hubungan, komunikasi adalah jalur yang menghubungkan manusia di dunia, sarana untuk menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan mengorbankan diri kita sendiri. Melalui komunikasi manusia membangun hubungan dengan orang lain yang berbeda. Komunikasi adalah sarana mencapai kegiatan bersama,

menghubungkan satu dengan yang lain dan alat berbagi ide. Komunikasi sebagai pertukaran kompleks antara pikiran, gagasan, atau informasi baik verbal atau non verbal (Rahmadi, 1992). Komunikasi diartikan sebagai mengirim, menerima, dan menginterpretasikan pesan verbal dan non verbal (Brenn, 1992).

Prose Komunikasi

Komunikasi mengandung serangkaian proses yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu dengan lain. Pawito dan Sardjono (2009) mencoba mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu” (Suprpto, 2006). Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain (Suprpto, 2006). Saat orang mengawasi orang lain, mereka melakukan melalui komunikasi (Blake dan Haroldsen, 2003).

Dimensi-Dimensi Komunikasi

Dance dan Larson (Vardiansyah, 2004) setidaknya telah mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Namun, Dance dan Larson mengidentifikasi hanya ada tiga dimensi konseptual penting yang mendasari perbedaan dari ke-126 definisi temuannya itu, antara lain :

1. Tingkat observasi atau derajat keabstrakannya: a) Definisi bersifat umum, misalnya definisi yang menyatakan komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan, b) Definisi bersifat khusus, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan sebagainya.
2. Tingkat kesengajaan: a) Definisi yang mensyaratkan kesengajaan, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima, b) Definisi yang mengabaikan kesengajaan, misalnya dari Goode (1959) yang menyatakan komunikasi sebagai proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang atau monopoli seseorang menjadi dimiliki dua orang atau lebih.
3. Tingkat keberhasilan dan diterimanya pesan: a) Definisi yang menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan, misalnya definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian, b) Definisi yang tidak menekankan keberhasilan dan tidak diterimanya pesan, misalnya

definisi yang menyatakan komunikasi adalah proses transmisi informasi.

Berdasarkan definisi komunikasi yang ada, Sendjaja (2009) dalam menjabarkan tujuh definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi-definisi tersebut antara lain :

1. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Definisi ini seperti yang dikemukakan Hovland, Janis & Kelley (1953).
2. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain. Komunikasi ini seperti yang dikemukakan Berelson dan Stainer (1964).
3. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). Definisi seperti yang dikemukakan Lasswell (1960).
4. Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. Definisi ini seperti yang dikemukakan Gode (1959).
5. Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. Definisi ini seperti dikemukakan Barnlund (1964).
6. Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Definisi ini seperti yang disampaikan Ruesch (1957).
7. Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya. Definisi ini seperti yang dikemukakan Weaver (1949) dan (Zubair, 2006).

Sementara Riswandi (2008) menyimpulkan beberapa karakteristik komunikasi berdasar berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, antara lain :

1. Komunikasi adalah suatu proses, artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
2. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
3. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.
4. Komunikasi bersifat simbolis karena dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam

komunikasi antar manusia adalah bahasaverbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.

5. Komunikasi bersifat transaksional. Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porposional.
6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu Maksudnya bahwa para pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. (Riswandi, 2008).

Fungsi - Fungsi Komunikasi

William I. Gorden (dalam Mulyana, 2005) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

- a. Fungsi sebagai komunikasi sosial. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri sumber daya manusia, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain dalam menjalankan kegiatan administratif:
 - a. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri, dan itu hanya bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain. Melalui komunikasi dengan orang lain, setiap manusia belajar bukan saja mengenai siapa, namun juga bagaimana merasakan siapa diri. George Herbert Mead (Rakhmat, 2008:15) mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri. Ketika manusia masih kecil, mereka adalah orang tua, saudara-saudara, dan orang yang tinggal serumah. Dewey dan Humber (2009:25) menamai *affective others*, untuk orang lain yang mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan-lahan membentuk konsep diri. Selain itu, terdapat apa yang disebut dengan *reference group* (kelompok rujukan) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri. Dengan melihat ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.
 - b. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi secara administratif untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

- c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, manusia tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain.
- b. Fungsi sebagai komunikasi ekspresif. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) dalam dunia kerja. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan verbal.
1. Fungsi sebagai komunikasi ritual. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain.
2. Fungsi sebagai komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Misal pendapat Effendy (2009), ia berpendapat fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Sedangkan Harold D Lasswell (Nurudin, 2004 dan Effendy, 2009) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjajagan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the information*) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya .
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

Mulyana (2005) juga menambahkan konteks komunikasi publik bahwa pengertian komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini. Mulyana (2005) menguraikan komponen komunikasi yaitu:

Pertama, lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya memiliki tiga dimensi:

1. Fisik, adalah ruang dimana komunikasi berlangsung yang nyata atau berwujud.
2. Sosial-psikologis, meliputi, misalnya tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran yang dijalankan orang, serta aturan budaya

masyarakat di mana mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda gurau.

3. Temporal (waktu), mencakup waktu dalam hitungan jam, hari, atau sejarah dimana komunikasi berlangsung.

Tiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi; masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji dengan seseorang (dimensi temporal), dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (dimensi sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (*dimensi fisik*). Perubahan-perubahan tersebut dapat menimbulkan banyak perubahan lain. Proses komunikasi tidak pernah statis.

Kedua, yaitu pesan. Dalam ilmu komunikasi dikenal dengan tindakan menghasilkan pesan (misalnya, berbicara atau menulis) sebagai enkoding (*encoding*). Dengan menuangkan gagasan-gagasan ke dalam gelombang suara atau ke atas selembar kertas, menjelmakan gagasan-gagasan tadi ke dalam kode tertentu yang berarti melakukan enkoding. Dinamakan tindakan menerima pesan (misalnya, mendengarkan atau membaca) sebagai dekoding (*decoding*). Dengan menerjemahkan gelombang suara atau kata-kata di atas kertas menjadi gagasan, maka dapat menguraikan kode tadi. Artinya melakukan dekoding. Ini menunjukkan bahwa pembicara atau penulis sebagai enkoder (*encoder*), dan pendengar atau pembaca sebagai dekoder (*decoder*). Seperti halnya sumber-penerima, menuliskan enkoding-dekoding sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan fungsi-fungsi ini secara simultan. Ketika berbicara (enkoding), juga menyerap tanggapan dari pendengar (dekoding).

Ketiga, kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif (Spitzberg dan Cupach, 2009). Kompetensi ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (*konteks*) dalam mempengaruhi kandungan (*content*) dan bentuk pesan komunikasi (misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain). Pengetahuan tentang tatacara perilaku nonverbal (misalnya kepatutan sentuhan, suara yang keras, serta kedekatan fisik) juga merupakan bagian dari kompetensi komunikasi. Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk. Mengirimkan dan menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indra. Walaupun biasanya menganggap pesan selalu dalam bentuk verbal (lisan atau tertulis), ini bukanlah satu-satunya jenis pesan. Manusia berkomunikasi secara nonverbal (tanpa kata).

Keempat, saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung melalui hanya satu saluran, menggunakan dua, tiga, atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka berbicara dan mendengarkan (saluran suara), tetapi juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat ini secara visual (saluran

visual). Memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori). Seringkali saling menyentuh, ini pun komunikasi (saluran taktil).

Kelima, umpan balik adalah informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya. Umpan balik dapat berasal dari diri sendiri atau dari orang lain. Dalam diagram universal komunikasi tanda panah dari satu sumber-penerima ke sumber-penerima yang lain dalam kedua arah adalah umpan balik. Bila menyampaikan pesan misalnya, dengan cara berbicara kepada orang lain juga mendengar diri sendiri. Artinya, menerima umpan balik dari pesan sendiri. Mendengar apa yang dikatakan, merasakan gerakan, melihat apa yang ditulis. Selain umpan balik sendiri ini, menerima umpan balik dari orang lain. Umpan balik ini dapat datang dalam berbagai bentuk: Kerutan dahi atau senyuman, anggukan atau gelengan kepala, tepukan di bahu atau tamparan di pipi, semuanya adalah bentuk umpan balik.

Keenam, gangguan (*noise*) yaitu gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan menghalangi penerima dalam menerima pesan dan sumber dalam mengirimkan pesan. Gangguan dikatakan ada dalam suatu sistem komunikasi bila ini membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan ini dapat berupa gangguan fisik (ada orang lain berbicara), psikologis (pemikiran yang sudah ada di kepala kita), atau semantik (salah mengartikan makna). Tabel 1 dibawah menyajikan ketiga macam gangguan ini secara lebih rinci:

Tabel 1. Macam Gangguan Komunikasi

Macam	Definsi	Contoh
Fisik	Interferensi dengan transmisi fisik isyarat atau pesan lain	Desingan mobil yang lewat, dengungan komputer, kacamata
Psikologis	Interferensi kognitif atau mental	Prasangka dan bias pada sumber-penerima, pikiran yang sempit
Semantik	Pembicaraan dan pendengar memberi arti yang berlainan	Orang berbicara dengan bahasa yang berbeda, menggunakan jargon atau istilah yang terlalu rumit yang tidak dipahami pendengar

Sumber: Mulyana (2005)

Tujuan Komunikasi

Ada empat tujuan atau motif komunikasi yang perlu dikemukakan di sini. Tujuan dapat disadari ataupun tidak, dapat dikenali ataupun tidak. Tujuan komunikasi meliputi: (Arnold dan Bowers, 2009; Naisbit, 2009). Kebijakan publik dilakukan dengan nilai untuk merusmuskan idealisme (Herizal, Muhkrijal, Wance, 2019). Perencanaan dirumuskan untuk memberikan pengetahuan (Wance, Muhtar, Kaliky, 2019).

Komunikasi adalah proses di mana pesan-pesan ditransfer dari sumber kepada penerima, baik secara langsung maupun melalui media. Memahami

komunikasi berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, manfaat apa yang dirasakan, akibat-akibat apa yang ditimbulkan, apa tujuan dari aktivitas komunikasi, sesuai dengan apa yang diinginkan, memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut. Kualitas pelayanan dilakukan secara terus menerus (Wance, 2022).

Macam dan Gaya Komunikasi

Menurut Arifin (1988), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi-makna. Dengan demikian pengertian komunikasi dapat dibedakan menjadi sepuluh macam, antara lain (Erpina *et. al*, 2009): a) Komunikasi menurut cara penyampaian, b) Komunikasi menurut kelangsungannya, c) Komunikasi menurut perilaku, d) Komunikasi menurut maksud komunikasi, e) Komunikasi menurut ruang lingkup, f) Komunikasi menurut aliran informasi, g) Komunikasi menurut jaringan kerja, h) Komunikasi menurut peranan individu, i) Komunikasi menurut jumlah yang berkomunikasi, dan y) Komunikasi menurut fungsi komunikasi.

Terkait dengan itu adapun dalam komunikasi kita kenal dengan gaya komunikasi sebagaimana Tubbs dan Moss (Saputra, 2000) mengutarakan enam gaya komunikasi yaitu :

1. Gaya komunikasi mengendalikan. Gaya komunikasi mengendalikan (dalam bahasa Inggris: *The Controlling Style*) ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*.
2. Gaya komunikasi dua arah (*The Equalitarian Style*). Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way communication*).
3. *The Dynamic style*. Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen* atau *saleswomen*).
4. *The Relinquishing Style*. Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

5. *The Withdrawal Style*. Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

METODOLOGI

Desain penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan tujuan menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa harus selalu menguji hubungan diantara variabel atau konsep yang dikaji, dan tak bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi (Zainal, 2017: 46), berkaitan dengan efektivitas kerja pegawai, efektivitas dimensi - dimensi komunikasi organisasi secara vertical kebawah, dan keatas, serta horizontal, dan faktor - faktor penyebab efektivitas komunikasi organisasi pada Faklutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

Penelitian ini dalam pemecahan masalah: Pertama, menggunakan hipotesis yang bukan untuk diuji tetapi lebih terarah pada pengungkapan aspek-aspek yang menjadi ukuran yang akan menggambarkan tingkat kejelasan yang kuat dalam mengukur variabel sebagai objek penelitian yang diteliti adalah Efektivitas Komunikasi Organisasi yang mencakup Efektivitas Kerja Pegawai, Efektivitas Dimensi - Dimensi Komunikasi Organisasi.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Efektivitas Kerja Pegawai

Efektivitas Kerja Pegawai dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai tingkat ketepatan waktu para pegawai dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas pekerjaannya sesuai dengan ketentuan waktu dan target kerja berdasarkan rencana kerja dan tujuan yang telah ditetapkan, dan diukur dari indikator- indikator: a) Kejelasan Tujuan Program kerja, b) Ketepatan Program Kerja, c) Ketelitian Kerja, d) Ketepatan Waktu menyelesaikan pekerjaan, dan e) Ketepatan Pencapaian Target Kerja.

Efektivitas Dimensi - Dimensi Komunikasi Organisasi

Efektivitas dimensi - dimensi komunikasi organisasi dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai tingkat ketepatan, kecermatan dan ketelitian proses penyampaian pesan - pesan organisasi baik dari atas kepada bawahan, sebaliknya bawahan kepada atasan, serta antara sesama rekan sekerja secara setara, dengan ukuran - ukuran atau indikator - indikator, tiga dimensi komunikasi organisasi, masing - masing berupa:

- a) Dimensi Komunikasi Dari Atas Kebawah: 1) Pemberian Perintah, 2) Pemberian Instruksi dan Petunjuk Kerja, 3) Pemberian Informasi/ Pengarahan, 4) Pemberian Teguran, dan 5) Pemberian Penjelasan.
- b) Dimensi Komunikasi Dari Bawah Keatas: 1) Penyampaian Laporan, 2) Penyampaian usulan, 3) Penyampaian Saran, 4) Penyampaian Keluhan, 5) dan Penyampaian Gagasan dan Pendapat.
- c) Dimensi Komunikasi Horizontal: 1) Penyampaian Informasi Tertulis, 2) Penyampaian Informasi Lisan, 3) Surat Tembusan, dan 4) Rapat Koordinasi.

HASIL PENELITIAN

PEMBAHASAN

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura

Dari hasil pengolahan data di atas, menggambarkan bahwa efektivitas kerja pegawai mendapat dukungan tanggapan responden (SS dan S) terhadap Kejelasan Tujuan sebesar 64% yang menyatakan setiap tugas yang dilaksanakan memiliki kejelasan tujuan, dan yang menyatakan tugas yang dilaksanakan mencapai tujuan yang ditetapkan sebesar 72%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Kejelasan Tujuan sebesar 68% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Ketepatan Program, mendapat dukungan tanggapan responden yang menyatakan bahwa program yang ditetapkan terfokus pada pengembangan sebesar 52%, dan yang menyatakan program yang dilaksanakan tepat sarannya sebesar 80%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Ketepatan Program sebesar 66% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat). Ketelitian Kerja, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 72% yang menyatakan Setiap pekerjaan dilaksanakan secara teiti, dan yang menyatakan Selalu mengoreksi kembali hasil pekerjaan yang dilaksanakan sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Ketelitian Kerja sebesar 78% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Ketepatan Waktu Kerja, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 64% yang menyatakan memulai dan mengakhiri pekerjaan tepat pada waktu yang ditentukan, dan yang menyatakan tidak membuang waktu dan selalu mengefisiensikan pekerjaan sebesar 52%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Ketepatan Waktu Kerja sebesar 58% berada dalam rentang 41 – 60% (Cukup). Ketepatan Target Kerja, mendapat dukungan tanggapan responden sebesar 72% yang menyatakan selalu berorientasi pada target kerja yang ditetapkan, dan yang menyatakan hasil pekerjaan mencapai target yang diharapkan sebesar 84%. Capaian Rata-rata (C_{Rr}) Ketepatan Target Kerja sebesar 78% berada dalam rentang 61 – 80% (Kuat).

Saduran dan Interpretasi

Memacu efektivitas komunikasi organisasi adalah suatu harapan dan capaian yang diinginkan dalam membangun proses pendidikan tinggi di tingkat fakultas, sehingga manajemen di tingkat fakultas dituntut untuk dapat membangun komunikasi organisasi yang baik untuk mencapai tujuan pengelolaan pendidikan yang efektif dan efisien. Demikian maka secara keseluruhan untuk mencapai kejelasan konkrit Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah diuraikan disadurkan dan diinterpretasikan melalui tabel berikut ini.

Tabel 2. Saduran dan Interpretasi

Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura

Saduran	Akumulatif Porsentase (A_P)	Iterpretasi
A. Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi	69%	Kuat
B. Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi	72%	Kuat
C. Efektivitas Kerja Pegawai	70%	Kuat
$A_{PC_{Rr}}$	70,33%	Kuat

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2020)

Hasil saduran dan interpretasi menunjukkan bahwa akumulasi porsentase Faktor- faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi mencapai besaran dukungan positif sebesar 69%. Sementara Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi mencapai besaran dukungan positif sebesar 72%. Sedangkan Efektivitas Kerja Pegawai mencapai dukungan positif sebesar 70%. Demikian baik Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi, maupun Efektivitas Kerja Pegawai secara univariat mendapat dukungan yang positif dan kuat dengan akumulasi porsentase Capaian Rata-rata ($A_{PC_{Rr}}$) sebesar 70%. Dengan dukungan yang bersifat positif dan kuat tersebut, sekaligus memastikan pula bahwa Efektivitas Komunikasi Organisasi ditunjang dengan data yang valid dan reliable secara porsentatif, sehingga dapat dilanjutkan, dipecahkan, dan dijabarkan secara deskriptif hubungan Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi, dengan Efektivitas Kerja Pegawai Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura.

Deskripsi Hubungan Antarvariabel

Bertolak dari hasil saduran dan interpretasi di atas, maka untuk mendeskripsikan hubungan antar variabel, terlebih dahulu di dikemukakan Skor Akumulatif (S_A) dan Porsentase Skor Akumulatif (P_{SA}) dari masing-masing variabel, yakni Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi sebagai Variabel Bebas (X) dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi sebagai Variabel Antara (A), dengan Efektivitas Kerja Pegawai sebagai Variabel Terikat (Y) sebagaimana tertuang dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. Hubungan Antar Variabel

Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura		
Hubungan Antarvariabel	Variabel Bebas	$S_{CA}:S_{CH}:P_{SCH}$
		P_{SCH}
Variabel Terikat	Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X)	$X \leftarrow \rightarrow Y$

Efektivitas Kerja Pegawai (Y)	S_{CA}	1.275	S_{CH}	2.175	33,46%
S_{CA}	900	Variabel Antara			P_{SCH}
		Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A)			$A \leftrightarrow Y$
$S_{CA}:S_{CH}:P_{SCH}$	S_{CA}	2.565	S_{CH}	3.465	53,30
	S_{CA}	3.840	S_{CH}	5.640	$S_{CTH}:P_{SCH}:C_{RTH}$
P_{SCH}	$X \leftrightarrow A$	59,07%	$X \rightarrow A \rightarrow Y$	57,84%	9.480 (58,25)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2020)

Hubungan antarvariabel di atas, menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pattimura dari Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) memiliki skor akumulatif (S_{CA} : 1.275 dan S_{CA} : 900) dan skor hubungan (S_{CH} : 2.175) dengan porsentase skor hubungan (P_{SCH} : 33,46%).

Sementara Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) memiliki skor akumulatif (S_{CA} : 1.275 dan S_{CA} : 2.565) dan skor hubungan (S_{CH} : 3.840) dengan porsentase skor hubungan (P_{SCH} : 59,07%).

Sedangkan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) dan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) memiliki skor akumulatif (S_{CA} : 2.565 dan 900) dan skor hubungan (S_{CH} : 3.465) dengan porsentase skor hubungan (P_{SCH} : 53,30%). Selain itu, Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi (X) dan Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi (A) dengan Efektivitas Kerja Pegawai (Y) memiliki skor akumulatif (S_{CA} : 1.275, S_{CA} : 2.565 dan S_{CA} : 900) dan (S_{CH} : 5.640) dengan porsentase dari skor hubungan (P_{SCH} : 57,84%). Jika dilihat dari skor total akumulasi hubungan dan akumulasi porsentase atau capaian rata-rata hubungan variabel-variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi ($S_{CTH}:P_{SCH}:C_{RTH}$ 9480) dengan porsentase dari skor hubungan P_{SCH} sama dengan C_{RTH} 58,25%.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Memberikan beberapa kesimpulan dan implementasi dari hasil penelitian.

1. Efektivitas Komunikasi Organisasi menyoroti Faktor-faktor Penyebab Efektivitas Komunikasi Organisasi yang melingkup Faktor Kepercayaan, Faktor Perhubungan Peralihan, Faktor Kejelasan, Faktor Kesenambungan dan Konsistensi, maupun Faktor Kemampuan Fisik Penerima Berita adalah rangkaian faktor penyebab yang didalami secara terstruktur dan telah terbukti dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) dalam rentang (61 - 80%) berkategori Kuat. Sementara Faktor Kepuasan dan Faktor Saluran Pengiriman Berita dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) dalam rentang (41-60%) berkategori Cukup.
2. Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi terfokus pada Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan, yang mana Efektivitas Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi yaitu:
 - a) Dimensi Komunikasi Vertikal Ke bawah yakni, Instruksi dan Petunjuk dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (81 - 100%), Informasi/ Pengarahan, dan Pemberian Penjelasan dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (61 - 80%) berkategori Kuat dan Sangat Kuat. Sementara Pemberian Perintah dan Pemberian Teguran dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (41 - 60%) berkategori Cukup.
 - b) *Upward communication* adalah komunikasi dari bawahan ke pimpinan atau komunikasi vertikal ke atas, yang mana Dimensi Komunikasi Vertikal Ke atas, menyangkut Penyampaian Laporan, Penyampaian Usulan, Penyampaian Saran, Penyampaian Keluhan, Penyampaian Gagasan dan Pendapat dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (41 - 60%) berkategori Kuat.
 - c) Komunikasi horizontal/lateral adalah komunikasi yang dilakukan oleh teman sejawat, pegawai dengan pegawai, staf dengan staf, manajer dengan manajer. Komunikasi ini bersifat nonformal, yang mana Dimensi Komunikasi Horizontal, menyangkut Penyampaian Informasi Tertulis, Penyampaian Informasi Lisan dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (41 - 60%) berkategori Kuat dan Surat Tembusan dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr}) berada dalam rentang (81 - 100%) berkategori Sangat Kuat. Sedangkan Rapat Koordinasi dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr} : 41 - 60%) berkategori Cukup.
3. Efektivitas kerja pegawai menyangkut Kejelasan Tujuan, Ketepatan Program, Ketelitian Kerja, Ketepatan Target Kerja dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr} : 61 - 80%) berkategori Kuat. Sementara Ketepatan Waktu Kerja dengan Capaian Rata-rata (C_{Rr} : 41 - 60%) berkategori Cukup.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada para dosen yang telah memberikan masukan konsep dan teori untuk penyempurnaan kajian hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Blake, Reed H., and Haroldsen, Edwin O, 2003. *Taksonomi Konsep Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Terj. Hasan Bahanan. Surabaya: Papyrus.
- Lestari G., Endang dan Maliki, 2003, *Komunikasi Yang Efektif*, Jakarta: LAN RI.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marquis, B.L. & Huston, C.J. (2003). *Leadership roles and management function in nursing:theory & application*. (4th ed). Philadelphia: Lippincott William &Wilkins.
- Mulyana, Deddy, 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rachmadi, F. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Ruben, Brent D, Stewart, dan Lea P. *Communication and Human Behaviour*. USA: Alyn and Bacon, 2005.
- Riswandi, 2006. "*Definisi Komunikasi dan Tingkatan Proses Komunikasi*." *Word Press.com*
- Saputra, 2000, *Komunikasi Organisasi Publik*, Jakarta : OKP Karya Pemuda.
- Sandjaja, Sasa Djuarsa, 2009. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Saputra, 2000, *Komunikasi Organisasi Publik*, Jakarta : OKP Karya Pemuda.
- Tuanaya, W., Tuhumury, J. J., & Wance, M. (2020). Management Model And Village Fund Allocation During Pandemic Covid-19 In Waiheru Village Ambon Cityindonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 13357-13369.
- Vardiansyah, Dani, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Wance, M. (2022). Kualitas Pelayanan Pengelolaan Sampah Masyarakat Di Kota Ambon. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2), 587-598.
- Wance, M., Muhtar, M., & Kaliky, P. I. (2020). PKM Penyelenggaraan Pemerintahan Dalam Perencanaan Pembangunan Negeri Hila Kabupaten Maluku Tengah. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 229-338.
- Wance, M., & Djae, R. M. (2019). Modalitas Dinasti Ahmad Hidayat Mus Pada Pemilihan Kepala Daerah Di Maluku Utara 2018. *Sosiohumaniora*, 21(3), 256-268.