

Implementasi Pola Komunikasi dalam Membentuk Kohesivitas di Organisasi Kemahasiswaan

William Pradipta¹, Yugih Setyanto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: william.915190088@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: yugihs@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

This study examines the patterns of communication that occur in an organization in order to build solidarity. Researchers took a study at the Student Executive Board of the Faculty of Communication Sciences, Padjadjaran University. The methodology used is a qualitative methodology with data collection techniques through interviews, observation, and documentation collected by researchers. The theories used are organizational communication theory, leadership communication, communication patterns, and solidarity. After conducting the research, the researcher concluded that the communication process at BEM Fikom Unpad took place in three stages, namely primary, which means directly face-to-face. Then secondarily, through media or digital platforms, and lastly, circularly characterized by feedback. The communication model runs in a participatory manner with openness to opinions, criticism, and suggestions and the involvement of every individual in the organization. A star-shaped or overall communication pattern that allows each individual to be a continuous communicator and communicate. The process of good communication, openness, and empathy creates the same emotional experience and close trust in one another and has an impact on building a sense of belonging and high solidarity within the organization.

Keywords: leadership communications, organisational communications, patterns of communication, solidarity

Abstrak

Penelitian ini mengupas pola komunikasi yang terjadi pada suatu organisasi dalam rangka membangun kohesivitas. Peneliti meneliti Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi organisasi, komunikasi kepemimpinan, pola komunikasi, dan kohesivitas. Peneliti menemukan bahwa proses komunikasi pada BEM Fikom Unpad berlangsung dalam tiga tahap, yaitu secara primer, artinya secara langsung; secara sekunder, melalui media atau platform digital; dan yang terakhir, secara sirkular ditandai dengan adanya timbal balik. Model komunikasi berjalan secara partisipatif dengan adanya keterbukaan pendapat, kritik, dan saran serta keterlibatan individu dalam organisasi. Pola komunikasi berbentuk bintang atau menyeluruh yang memungkinkan setiap individu komunikator dan komunikan. Proses komunikasi yang baik, keterbukaan, dan empati menimbulkan pengalaman emosional yang sama dan kepercayaan satu sama lain yang erat dan berimbang terbangunnya rasa memiliki dan kohesivitas organisasi yang tinggi.

Kata Kunci: kohesivitas, komunikasi kepemimpinan, komunikasi organisasi, pola komunikasi

1. Pendahuluan

Pengelolaan organisasi bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, diperlukan beberapa elemen penting di dalamnya. Salah satu elemen penting tersebut adalah elemen kepemimpinan. Seorang pemimpin dinilai menjadi elemen pemersatu dalam organisasi yang mewakili visi dan misi dari suatu organisasi, pemimpin bertanggung jawab untuk menuntun dan mengerahkan anggotanya guna mencapai visi dan misi yang menjadi cita-cita organisasi.

Kemampuan berkomunikasi dengan baik merupakan bekal bagi seorang pemimpin dalam melaksanakan tugasnya. Dalam mewakili visi dan misi organisasi, tentu seorang pemimpin memerlukan kemampuan berkomunikasi dalam menjaga citra organisasi. Pace dan Faules (Mahmudah, 2015) menuturkan, gaya kepemimpinan merupakan kombinasi antara bahasa dan tindakan yang dilakukan oleh seorang pemimpin dalam menggambarkan suatu pola yang konsisten, guna mengarahkan orang lain dalam mewujudkan suatu tujuan.

“*Organizational communications is the process of creating and exchanging message within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*” Goldhaber (dalam Zahara, 2018). Definisi yang dijabarkan oleh Goldhaber, komunikasi organisasi diartikan sebagai proses pembentukan dan pertukaran pesan di dalam satu jaringan yang berkaitan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan dan situasi yang dapat berubah-ubah dan tak pasti dan ciri utama dalam komunikasi organisasi adalah adanya penyampaian pesan yang terstruktur.

Pesan-pesan yang disampaikan pada proses komunikasi organisasi bukanlah tanpa tujuan, setidaknya terdapat empat (4) tujuan pokok penyampaian pesan komunikasi organisasi, yaitu *to influence*, *to integrate*, *to inform*, dan *to regulate*.

- a) ***to influence***, dalam komunikasi organisasi, hierarki merupakan suatu hal yang telah dikenal dikarenakan adanya struktur, wewenang, jabatan, dan tanggung jawab yang dimiliki masing-masing individu. Pesan-pesan komunikasi yang disampaikan memiliki tujuan untuk melegitimasi struktur dan jabatan tersebut dalam rangka mempengaruhi orang-orang yang ada di bawahnya untuk menjalankan tanggung jawab, norma, dan peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.
- b) ***to integrate***, pesan komunikasi tersebut ditujukan untuk mengintegrasikan budaya-budaya dan nilai yang ada dalam suatu organisasi dalam menyamakan persepsi untuk mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh organisasi tersebut.
- c) ***to inform***, tentu hal ini selaras dengan makna komunikasi sebagai penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Informasi ini tentu diperlukan oleh seluruh elemen organisasi. Bagi anggota, informasi berupa hak dan kewajibannya merupakan hal yang mendasar, begitu pun dengan pimpinan yang memerlukan informasi untuk membuat keputusan.
- d) ***to regulate***, komunikasi memungkinkan seorang pemimpin untuk memberikan perintah atau instruksi kepada para anggotanya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam memimpin suatu organisasi. Kualitas komunikasi antara pimpinan dan anggota akan menentukan sikap anggota yang pada akhirnya berimbas terhadap keefektifitasan kinerja anggota. Setidaknya, terdapat lima (5) jenis gaya kepemimpinan yang dipengaruhi oleh

kepribadian, psikologis, ataupun pembentukan karakter yang telah dilaluinya. (Tubbs & Moss, 2008)

- a) **controlling**, gaya kepemimpinan ini memiliki kecenderungan memegang kendali atas seluruh tingkah laku anggota organisasi. Pemimpin sebagai komunikator membatasi tingkah laku, pendapat, isi pikiran anggota dan proses komunikasi yang terjadi adalah komunikasi satu arah.
- b) **equilitarian**, gaya kepemimpinan ini mengedepankan kesamaan dalam aspek komunikasi, terdapat keterbukaan terhadap setiap individu untuk menyuarakan pendapatnya sehingga setiap individu merasa dianggap dan dilibatkan. Proses komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dua arah.
- c) **struktural**, dalam gaya kepemimpinan ini, pemimpin berusaha untuk mempengaruhi anggotanya dengan cara terus-menerus menekankan pesan yang telah disampaikan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk mempertegas kepada seluruh anggota akan apa yang ingin dicapai oleh organisasi tersebut.
- d) **dinamis**, penyampaian pesan secara agresif dan terus-menerus dilakukan oleh pemimpin kepada anggota. Hal ini didasarkan agar anggota dapat bekerja secara cepat untuk menyelesaikan masalah kritis di lingkungan yang bergerak secara dinamis.
- e) **relinquishing**, Gaya ini merupakan cerminan sesungguhnya dalam kesediaan menerima pendapat orang lain, namun yang menjadi masalah dalam gaya kepemimpinan ini adalah sang pemimpin cenderung lebih mendengarkan saran orang lain walaupun dirinya memiliki kuasa untuk menentukan. Sehingga, gaya ini akan berjalan efektif apabila diisi dengan orang-orang yang telah berpengalaman.

Selain kemampuan berkomunikasi dan gaya kepemimpinan, pola komunikasi adalah salah satu cara mengimplementasikan komunikasi organisasi yang baik dalam rangka membangun dan menjaga kohesivitas dalam organisasi. Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. DeVito membagi macam-macam pola komunikasi sebagai berikut (Azeharie, 2015):

- a) **Pola komunikasi primer**, dalam pola komunikasi ini, proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan menggunakan simbol atau lambang sebagai media penyaluran informasi. Lambang pada pola komunikasi ini terbagi dua, lambang verbal menggunakan bahasa yang dimengerti dan lambang non verbal yang merupakan lambang bukan bahasa namun menggunakan isyarat, gerak-gerik, ekspresi, dll.
- b) **Pola komunikasi sekunder**, pola komunikasi ini menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua penyaluran pesan setelah menggunakan bahasa sebagai media utama penyaluran pesan oleh komunikator kepada komunikan.
- c) **Pola komunikasi linear**, linear di sini bermakna lurus yang berarti penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Proses komunikasi berlangsung secara tatap muka tetapi ada kalanya proses komunikasi memanfaatkan alat atau sarana sebagai media penyaluran pesannya.
- d) **Pola komunikasi sirkular**, dalam proses komunikasi sirkular terdapat *feedback* atau umpan balik atas proses komunikasi yang berlangsung sebagai evaluasi keberhasilan proses komunikasi yang dilakukan.

Lebih lanjut, Situmeang (2016) menyebutkan terdapat lima (5) bentuk pola komunikasi, antara lain :

- a) **Pola komunikasi roda**, pola komunikasi ini menjadikan pemimpin sebagai sentral atau pusat dalam proses komunikasi. Pemimpin sebagai komunikator dan anggota berperan sebagai komunikan, kemudian anggota akan langsung memberikan *feedback* kepada komunikator tanpa ada interaksi antar anggota.
- b) **Pola Komunikasi Rantai**, pola komunikasi ini dilakukan secara terus-menerus dari pimpinan (komunikator) hingga anggota (komunikan) terakhir. Komunikasi ini menjalar dari satu anggota ke anggota lainnya tanpa ada *feedback* secara langsung.
- c) **Pola Komunikasi Lingkaran**, dalam pola ini, terjadi interaksi antar semua anggota kelompok, tergantung siapa yang mengambil inisiatif untuk menjadi komunikator.
- d) **Pola Komunikasi Y**, diilustrasikan terdapat tiga orang anggota yang dapat berinteraksi tetapi hanya ada dua orang yang dapat berkomunikasi dengan seorang di sampingnya.
- e) **Pola Komunikasi Bintang**, pola komunikasi ini tidak terpusat pada seorang pemimpin. Semua orang anggota dapat saling berhubungan satu sama lain, dapat saling bertukar informasi dan dapat melakukan *feedback* kepada sesama anggota.

Semua elemen yang telah disebutkan merupakan elemen-elemen penunjang agar kepemimpinan dalam suatu organisasi dapat berjalan secara efektif dan dapat membangun perasaan emosional yang sama serta meningkatkan kepercayaan satu sama lain. Dengan terbangunnya perasaan emosional dan kepercayaan satu sama lain akan mengakibatkan kebersamaan dan kohesivitas dalam organisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan anggota dalam suatu organisasi untuk membangun kohesivitas dalam organisasi.

2. Metode Penelitian

Ruslan (2010) menjelaskan, metode merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berhubungan dengan tata cara kerja tertentu yang sistematis untuk memahami suatu subjek atau objek sasaran penelitian dalam rangka menguji keabsahan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan anggota dalam membangun kohesivitas. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara studi mendalam mengenai unit sosial tertentu dan hasil penelitian tersebut dalam memberikan suatu gambaran yang luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu. Dalam penelitian ini, melalui metode tersebut, peneliti akan menggali hal-hal yang berkaitan dengan subjek penelitian peneliti yaitu pelaku organisasi dalam Badan

Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran dan para akademisi dengan bidang konsentrasi komunikasi organisasi.

Moleong (2017) menjelaskan bahwa subjek penelitian adalah informan dalam hal ini berarti individu yang dimanfaatkan untuk memberikan berbagai informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian yang diangkat. Subjek penelitian dalam penelitian ini antara lain:

- a) Alwin Jalliyani, Ketua Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.
- b) Dr. Kurnia Setiawan, S.Sn., M.Hum., Dekan Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara 2018-sekarang, Wakil Rektor III Untar 2013-2015, Ketua Yayasan SIC.

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti membagi data yang dibutuhkan dalam dua kelompok, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara wawancara dan observasi. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan mengenai informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab yang dilakukan oleh dua pihak. Sedangkan, Observasi merupakan suatu kegiatan pencatatan atau pengamatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala-gejala dalam objek penelitian. Kemudian, data sekunder didapatkan melalui dokumentasi dan sumber internet.

Peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif yang bertujuan mengolah data-data yang didapatkan menjadi data atau variabel yang dapat digunakan penulis dalam menjawab rumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian. Untuk mengukur keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan data-data yang didapat dari berbagai narasumber berdasarkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan sumber internet sehingga menghasilkan hasil data akhir yang dapat dipertanggung jawabkan.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran atau BEM Fikom Unpad merupakan organisasi kemahasiswaan yang bergerak dalam ranah eksekutif yang menjadi representasi Fikom Unpad dalam hal kegiatan kemahasiswaan BEM Fikom Unpad beranggotakan lebih dari 250 Mahasiswa yang berasal dari berbagai angkatan. BEM Fikom Unpad menaungi 7 himpunan mahasiswa yang mewakili setiap program studi dan 11 Unit Kegiatan Mahasiswa Fikom Unpad. BEM Fikom Unpad dikenal sebagai Badan Eksekutif Fakultas Ilmu Komunikasi tertua dan terbesar di antara Badan Eksekutif Fakultas Ilmu Komunikasi lainnya. Dalam mencapai tujuannya, yaitu mengharmonikan seluruh elemen Fikom Unpad untuk berkarya dan bermanfaat bagi 'semesta' Fikom Unpad, BEM Fikom Unpad memiliki beberapa misi yang mereka sebut sebagai irama, di antaranya:

Irama Internalisasi yang berfokus pada penanaman visi, misi, dan nilai pada seluruh anggotanya; Irama Integrasi yang bertujuan untuk mengintegrasikan seluruh nilai tersebut; Irama potensi yang bertujuan untuk mengukur potensi SDM Fikom Unpad; Irama kolaborasi untuk melebarkan sayap kerja sama antara BEM Fikom Unpad dengan berbagai pihak; Irama advokasi yang memperjuangkan hak-hak bagi Mahasiswa Fikom Unpad; dan Irama aksi dalam melakukan pergerakan nyawa dalam menjawab isu kemahasiswaan pada lingkungan Fikom Unpad. Selain misi-misi tersebut, terdapat pula nilai atau budaya yang ditanamkan pada setiap anggota

BEM Fikom Unpad, yaitu Silih Asih, Silih Asah, dan Silih Asuh, nilai saling mengerti, memahami, menguatkan, dan saling membimbing.

Ketika peneliti melakukan penelitian terhadap pola komunikasi yang digunakan oleh BEM Fikom Unpad dalam membangun kohesivitasnya, peneliti mengamati proses komunikasi yang terjalin antara Ketua BEM Alwin Jalliyani dan anggotanya saat sedang mengeksekusi program kerjanya. Saat itu, 24 Oktober 2022 sedang berlangsung program kerja Pesta Rakyat Fikom. Pola komunikasi yang terjadi pada saat itu berlangsung secara tiga tahap, yaitu secara primer yang artinya berkomunikasi dengan memanfaatkan lambang baik secara verbal maupun non verbal dengan para panitia yang hadir secara fisik. Secara verbal berarti menggunakan bahasa ibu yaitu Bahasa Indonesia yang dapat dimengerti oleh seluruh pihak dan berlangsung secara tatap muka dan secara non verbal yang berarti menggunakan *body gesture*, ekspresi muka, maupun gerakan lainnya yang telah diketahui maknanya. Kemudian secara sekunder menggunakan *media platform digital* seperti *zoom* untuk berkomunikasi dengan para panitia yang belum dapat hadir secara fisik dikarenakan Fikom Unpad masih menerapkan sistem perkuliahan secara *hybrid* (sebagian luring dan sebagian lainnya daring), yang terakhir, proses komunikasi berjalan secara sirkular ditandai dengan adanya *feedback* berupa rapat evaluasi ataupun kritik dan saran yang disampaikan secara langsung.

Saat diwawancarai, Alwin mengungkapkan bahwa memang dalam berkomunikasi, Alwin tetap menggunakan media digital untuk tetap melibatkan anggotanya walaupun terbatas oleh jarak dan waktu, penggunaan media digital juga dilakukan untuk memudahkan koordinasi antar panitia agar meminimalisasi terjadinya miskomunikasi di antara panitia yang sedang bertugas. Selain itu, Alwin pun juga memang mengedepankan keterbukaan atas segala pendapat, kritik, dan saran dari anggotanya. Hal ini dilakukan Alwin agar tercipta rasa saling percaya satu sama lain dan timbulnya perasaan dihargai ketika para anggota mengemukakan pendapatnya. Bila hal tersebut dikaitkan dengan model komunikasi, maka model komunikasi yang digunakan oleh Alwin adalah model komunikasi partisipatif dan apabila dikaitkan dengan gaya komunikasi kepemimpinan menurut Tubbs & Moss (2008), maka gaya komunikasi kepemimpinan yang digunakan oleh Alwin adalah gaya *equilitarian* yang mengedepankan kesamaan dalam aspek komunikasi dan adanya keterbukaan atas saran, pendapat, dan kritik.

Kemudian saat peneliti melakukan observasi untuk kedua kalinya pada Rabu, 16 November 2022, saat BEM Fikom Unpad menjalankan program kerja kolaborasi antara BEM Fikom Unpad dan UKM Teater Fikom Unpad berdasarkan observasi yang dilakukan pada saat itu ditemukan adanya pengelompokan panitia yang hadir secara daring menjadi dalam satu divisi tersendiri. Rupanya, setelah peneliti mencari tahu alasan dibalik pengelompokan tersebut terungkap bahwa selama ini walaupun dengan pemanfaatan *media digital* sebagai media untuk berkomunikasi antar sesama panitia, kerap kali terjadi salah penafsiran pesan yang disampaikan karena keterbatasan media baik yang disebabkan karena jaringan atau sarana yang ada sehingga terjadi selisih paham antara panitia yang hadir secara fisik dan panitia yang hadir secara daring. Peneliti menilai hal ini merupakan suatu inovasi dalam suatu kepanitiaan program kerja yang patut diapresiasi. Ini menunjukkan ditemukan solusi yang konkret untuk meminimalisasi kesalahan yang sama terulang kembali.

Hal-hal yang telah dilakukan Alwin sebagai ketua dalam menjalankan proses komunikasi dengan anggota-anggotanya apabila dikaitkan dengan empat tujuan pokok pesan komunikasi organisasi yang telah disebutkan pada sub bab sebelumnya,

maka dalam hal ini Alwin menggunakan pesan tersebut untuk menjalankan tujuan keempat tujuan pokok tersebut. Pertama, *to influence* atau untuk mempengaruhi orang-orang yang berada di bawah perintah Alwin sebagai pucuk pimpinan tertinggi dalam BEM Fikom Unpad, hal ini ditunjukkan dengan adanya komunikasi sebagai pimpinan yang baik dan adanya keterbukaan dalam proses komunikasi tersebut, hal tersebut dilakukan untuk melegitimasi posisinya sebagai pemimpin yang terbuka dalam struktur hierarki BEM Fikom Unpad. Kedua, *to integrate*, adanya keterbukaan dalam proses komunikasi yang disebutkan tadi bertujuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai atau budaya yang diterapkan dalam BEM Fikom Unpad yaitu, (Silih asih) budaya untuk saling mengerti dan memahami, (Silih asah) budaya untuk saling menguatkan dan mencerdaskan, dan (Silih asuh) budaya untuk saling membimbing. Pesan komunikasi yang dijalankan adalah untuk mengintegrasikan budaya tersebut agar diterapkan dan diimplementasikan dengan baik oleh seluruh masyarakat yang berada di BEM Fikom Unpad. Ketiga, *to inform*, tentu seperti makna komunikasi pada dasarnya, pesan komunikasi bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Pada setiap rapat koordinasi yang berlangsung terdapat informasi-informasi penting yang ingin dibagikan kepada seluruh anggota BEM Fikom Unpad. Tujuan yang terakhir adalah *to regulate* atau untuk memberikan instruksi sebagai solusi dalam setiap permasalahan yang dihadapi pada saat kondisi yang tidak menentu. Perintah pengelompokan tersebut bertujuan untuk meminimalisasi hambatan yang terjadi sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif.

Berdasarkan temuan-temuan di atas, dimulai dari model komunikasi partisipatif yang memungkinkan anggota BEM Fikom Unpad untuk turut andil walaupun dengan segala keterbatasan yang ada baik secara teknis, kondisi, situasi, dan jarak. Kemudian, dengan adanya keterbukaan atas saran, pendapat, dan kritik yang dikedepankan oleh Alwin dalam menjalankan komunikasi organisasi, koordinasi antar anggota yang terjalin dengan baik, dan dengan gaya kepemimpinannya yang selaras dengan gaya *equitarian*. Maka, bila temuan-temuan tersebut dikaitkan dengan kelima bentuk pola komunikasi yang disampaikan oleh Ilona V.Oisina (2016) dalam bukunya, *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Objektif dan Perspektif Subjektif*, maka bentuk pola komunikasi yang terjadi dan digunakan dalam BEM Fikom Unpad adalah bentuk pola komunikasi bintang atau menyeluruh. Pola komunikasi ini memungkinkan seluruh individu dalam organisasi tersebut dapat menjadi komunikator dan berkomunikasi secara terus-menerus dan terjadinya interaksi antar individu dalam organisasi tersebut. Hal ini tentu merupakan pola komunikasi yang baik karena dapat menjaga interaksi antar anggota yang berada di dalamnya, pola komunikasi ini juga akan menguatkan hubungan satu sama lain, dan meningkatkan kepercayaan baik antara anggota dengan anggota maupun anggota kepada pimpinannya. Pola komunikasi ini selaras dengan visi, misi, dan budaya yang diterapkan oleh BEM Fikom Unpad dalam mencapai tujuannya.

Kohesivitas kelompok merupakan daya ketertarikan antar anggota organisasi ataupun daya ketertarikan antara anggota dengan organisasinya yang menjadikan anggota organisasi tersebut memiliki keinginan untuk tetap tinggal dan berkarya dalam organisasi tersebut. Budiharto, Y & Koentjoro (dalam Trihapsari & Nashori, 2011). Kohesivitas terbangun didasari adanya rasa saling menguatkan dan mempercayai satu sama lain diperkuat dengan adanya pengalaman yang sama dan pengalaman emosional bersama. Membangun kepercayaan dalam komunikasi kepemimpinan diawali dari sikap dan perilaku masing-masing antara pimpinan dan anggota. Hal ini kerap kali terbangun seiring banyaknya interaksi dan proses

komunikasi yang terjalin di antara sesama anggota organisasi. Proses komunikasi yang berjalan secara baik dan dengan didukung adanya keterbukaan yang telah ditanamkan mengakibatkan menguatnya keterikatan antar sesama anggota dan meningkatnya kepercayaan satu sama lain. Kepercayaan dan keterikatan inilah yang pada akhirnya menciptakan hal yang kita sebut dengan kohesivitas (Bintari & Sukendro, 2018)

4. Simpulan

Komunikasi merupakan elemen terpenting dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali dalam memimpin. Kemampuan seorang pemimpin juga diukur dari kemampuannya berkomunikasi, kemampuannya dalam menghadapi masalah, dan kemampuannya menciptakan hubungan dalam berinteraksi dengan anggotanya. Sering kali dalam proses komunikasi terjadi hambatan-hambatan dalam proses komunikasi tersebut yang kemudian dikelompokkan dalam tiga jenis hambatan komunikasi, yaitu: Hambatan teknis, hambatan semantik, dan hambatan manusiawi.

Adanya keterbatasan jarak, sarana, dan prasarana menjadi hambatan dalam proses komunikasi dan menimbulkan kesalahan penafsiran makna dan tujuan. Hal inilah yang menjadi pendorong bagi BEM Fikom Unpad untuk mewujudkan pola komunikasi yang baik. Untuk mewujudkan proses komunikasi yang baik, diperlukan keterbukaan, simpati, empati, dan partisipasi setiap individu dalam suatu organisasi, selain itu diperlukan pengecekan terhadap setiap proses yang telah dilalui. Pengecekan yang dimaksud adalah dengan diadakannya rapat koordinasi secara berkala, rapat evaluasi baik secara formal maupun informal guna menyamakan persepsi atas tujuan yang ingin dicapai.

Proses komunikasi yang terjalin dalam BEM Fikom Unpad berlangsung melalui tiga tahap, yaitu secara primer yang berarti secara langsung (*face to face*), secara sekunder menggunakan bantuan media untuk mendukung terwujudnya komunikasi dengan panitia yang hanya dapat hadir secara daring, dan yang terakhir secara sirkular dengan adanya evaluasi di akhir sebagai timbal balik terhadap proses komunikasi yang berlangsung. Kemudian dengan adanya keterbukaan terhadap kritik, saran, dan pendapat dan dengan keterlibatan setiap anggota dalam BEM Fikom Unpad menjadikan model komunikasi BEM Fikom Unpad menjadi model komunikasi partisipatif dan gaya kepemimpinan *equilitarian*. Didukung dengan itu semua, pola komunikasi yang digunakan oleh BEM Fikom Unpad berbentuk bintang atau menyeluruh yang memungkinkan seluruh anggota dapat berinteraksi satu sama lain dan dapat menjadi komunikator atau komunikan secara terus-menerus disebabkan oleh adanya keterbukaan dan keterlibatan yang ditanamkan di BEM Fikom Unpad.

Proses komunikasi yang baik, keterbukaan, dan saling berempati satu sama lain membangun perasaan emosional yang kuat dan meningkatkan kepercayaan satu sama lain. Perasaan emosional yang kuat dan tingkat kepercayaan yang tinggi membangun kohesivitas kelompok, kelompok dengan kohesivitas yang tinggi akan menjadi kelompok yang kooperatif. Kelompok yang kooperatif akan menggabungkan kekuatan masing-masing individu untuk mencapai tujuan bersama dan ketertarikan antar sesama anggota maupun antara individu anggota dengan kelompoknya yang menyebabkan timbulnya perasaan untuk tetap tinggal dan komitmen untuk terus membantu kelompok tersebut dalam mencapai tujuan.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Azharie, S. (2016). Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 207-223. <https://doi.org/10.24912/jk.v7i2.19>
- Bintari, A. T., & Sukendro, G. G. (2018). Pola Komunikasi Kelompok Lokananta Record dengan Komunitas Lokananta Project Dalam Membentuk Kohesivitas Kelompok. *Koneksi*, 1(2), 237-242. <https://doi.org/10.24912/kn.v1i2.1949>
- Situmeang, I. V. O. (2016). *Komunikasi Organisasi: dalam Perspektif Objektif dan Perspektif Subjektif*. Ekuilibria.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar* (D. Mulyana, Ed.; Vol. 5). Remaja Rosdakarya.
- Mahmudah, D. (2015). Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, dan Motivasi dalam Organisasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(2), 285-302. <https://doi.org/10.17933/jskm.2015.190210>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (36 ed.). PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trihapsari, V., & Nashori, F. (2011). Kohesivitas Kelompok dan Komitmen Organisasi pada Financial Advisor Asuransi "X" Yogyakarta. *Proyeksi*, 6(2), 12-20.
- Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. *Jurnal Warta*. 56. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.8>