



EDISI
KEDUA

KOMUNIKASI ORGANISASI



Morissan, Ph.D.

EDISI KEDUA

KOMUNIKASI ORGANISASI

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002, bahwa:

Kutipan Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,- (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).

EDISI KEDUA

KOMUNIKASI ORGANISASI

MORISSAN, PH.D.



KOMUNIKASI ORGANISASI

Edisi Kedua

Copyright © 2020

ISBN 978-623-384-649-3

ISBN (E)

14 x 20,5 cm

x, 192 hlm

Cetakan ke-3, Maret 2024

Kencana. 2020.1151

Penulis

Morissan, Ph.D.

Desain Sampul

Irfan Fahmi

Tata Letak

Endang Wahyudin
& Miya Damayanti

Penerbit

K E N C A N A

Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun - Jakarta 13220

Telp: (021) 478-64657 Faks: (021) 475-4134

Divisi dari PRENADAMEDIA GROUP

e-mail: pmg@prenadamedia.com

www.prenadamedia.com

INDONESIA

Dilarang memperbanyak, menyebarluaskan, dan/atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

KATA PENGANTAR

Komunikasi organisasi adalah bidang studi yang memiliki sejarah, tren, dan metodologi penelitian yang unik. Disiplin ilmu ini menunjukkan perkembangan sejarah yang menarik selama abad yang lalu, dimulai dari cara-cara manual sederhana untuk berbicara dalam kegiatan bisnis organisasi hingga kemudian berkembang menjadi disiplin penuh seperti sekarang ini. Ketika memilih buku teks komunikasi organisasi, banyak pengajar berupaya untuk menemukan buku yang kuat secara teori, terkini (*up-to-date*), dan relevan bagi siswa mereka, dan buku ini dipastikan mampu memenuhi kebutuhan itu dengan sejumlah alasan. *Pertama*, buku ini membahas teori komunikasi organisasi secara lengkap, mulai dari teori-teori klasik yang menjadi fondasi bagi komunikasi organisasi hingga teori-teori modern masa kini. Penulis percaya bahwa landasan teori yang kuat penting untuk setiap siswa yang mempelajari komunikasi organisasi. *Kedua*, buku ini berisi informasi tentang sejarah suatu konsep yang ada dalam komunikasi organisasi dilanjutkan dengan menunjukkan ide-ide baru disertai perkembangan penelitian terkini. Penulis percaya bahwa siswa harus memiliki pemahaman yang kuat tentang perkembangan suatu ide dan konsep dengan tidak melupakan kondisi lapangan saat ini. Dalam buku ini diberikan sejarah di

balik suatu teori dan kemudian menjelaskan bagaimana teori tersebut digunakan dalam penelitian dewasa ini. Terakhir, penulis ingin buku ini menjadi relevan bagi para siswa, dan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi pengajar komunikasi organisasi saat ini adalah mengajarkan generasi siswa yang lebih peduli dengan bagaimana pengetahuan akan berdampak pada kehidupan mereka saat ini dan di masa depan. Untuk alasan ini, berbagai studi kasus konkret digunakan untuk membantu siswa melihat bagaimana pengetahuan yang terkandung dalam buku ini benar-benar diterapkan dalam lingkungan kerja yang sebenarnya. Pada akhirnya, sebagaimana pepatah “tak ada gading yang tak retak”, maka segala kritik dan saran membangun sangat diharapkan bagi perbaikan buku ini. Salam.

Penulis
Morissan, Ph.D.



D

AFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 BIROKRASI ORGANISASI	9
A. Otoritas.....	12
B. Spesialisasi.....	14
C. Peraturan.....	15
BAB 3 INFORMASI ORGANISASI	19
A. Asumsi Teori Informasi Organisasi.....	24
B. Strategi Komunikasi.....	28
1. Siklus Perilaku.....	29
2. Aturan Bersama.....	30
C. Mengurangi Ketidakpastian.....	34
1. Penerimaan Informasi (<i>Enactment</i>).....	34
2. Seleksi.....	36
3. Retensi.....	38

BAB 4 INTERAKSI ORGANISASI	41
A. Percakapan dalam Organisasi	47
B. Percakapan dan Teks.....	51
C. Teori Kelompok Tepercaya.....	55
1. Perbatasan Kelompok.....	56
2. Sifat Interdependen	57
 BAB 5 JARINGAN ORGANISASI	 61
 BAB 6 STRUKTURASI ORGANISASI	 69
A. Elemen Teori Strukturasi.....	74
1. Agensi dan Refleksivitas	74
2. Dualitas Struktur.....	76
3. Integrasi Sosial.....	80
B. Strukturasi Komunikasi Organisasi	84
 BAB 7 SISTEM MANAJEMEN ORGANISASI	 91
Empat Sistem Manajemen	92
 BAB 8 PENGAWASAN ORGANISASI	 97
A. Metode Pengawasan	98
B. Pengawasan Kedisiplinan.....	100
 BAB 9 HAMBATAN DEMOKRASI ORGANISASI	 111
A. Bentuk Dominasi	112
B. Hegemoni Organisasi.....	115
C. Isu Gender dan Ras	119
D. Kebisuan.....	124
 BAB 10 PENGAMBILAN KEPUTUSAN	 129
A. Cara Pengambilan Keputusan	129



DAFTAR ISI

1. Strategi Kontrol.....	130
2. Persetujuan	131
3. Keterlibatan.....	133
4. Partisipasi	135
B. Proses Pengambilan Keputusan.....	137
C. Pikiran Kelompok	146

BAB 11 BUDAYA ORGANISASI 157

A. Jaring Laba-laba	159
B. Pertunjukan Komunikasi	166
1. Ritual	168
2. Passion.....	170
3. Sosial	171
4. Politik Organisasi	172
5. Enkulturasi.....	173
C. Kelompok Kerja Antarbudaya	175

DAFTAR PUSTAKA 183

TENTANG PENULIS 191

