



Available online at : <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>

JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi

| ISSN (Print) 2807-9345 | ISSN (Online) 2807-7989 |

MANAJEMEN DALAM KOMUNIKASI “PERSPEKTIF TEORI MANAJEMEN HENRY FAYOL”

Farina Islami

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada

Email: farinaislami@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Manajemen dalam komunikasi masih sangat minim dilakukan, nyatanya tidak hanya manajemen membutuhkan komunikasi namun komunikasi juga membutuhkan manajemen. manajemen tidak hanya sebagai suatu entitas yang membutuhkan komunikasi, tetapi komunikasi itu sendiri juga membutuhkan proses manajemen agar dapat berjalan dengan lebih efektif. Penelitian terdahulu mayoritas mengkaji tentang bagaimana komunikasi berperan dalam proses manajemen, efektivitas komunikasi dalam manajemen sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen dalam komunikasi dengan menerapkan perspektif teori manajemen dari Henry Fayol. Penelitian menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan konseptual, sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dokumentasi dan artikel terkait dengan topik yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dalam komunikasi dapat membantu meminimalisir risiko kegagalan informasi dan meminimalkan hambatan komunikasi. Teori manajemen Henry Fayol, dapat memberikan dampak positif terhadap komunikasi dapat menjadikan komunikasi lebih terencana, terstruktur, efektif, dan efisien.

Kata Kunci: Manajemen; Komunikasi; Teori Manajemen Henry Fayol

Abstract

Management in communication is still very minimally practiced, in fact, not only does management require communication but communication also requires management. Management is not just an entity that requires communication, but communication itself also requires a management process to run more effectively. Previous research has mostly examined how communication plays a role in the management process, the effectiveness of communication in management, so this study aims to analyze the role of management in communication by applying the management theory perspective of Henry Fayol. The research used a literature review method with a conceptual approach, secondary data sources were obtained from journals, books, documentation, and articles related to the topic used. The results of the study show that management in communication can help minimize the risk of information failure and minimize communication barriers. Henry Fayol's management theory can have a positive impact on communication by making it more planned, structured, effective, and efficient.

Keywords: Management; Communication, Henry Fayol's Management Theory.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah organisasi tentunya terdapat heterogenitas yang tinggi karena terdapat banyak entitas atau elemen yang berbeda hadir dan bergabung dalam satu wadah. Dalam organisasi, heterogenitas mencakup berbagai tingkat keahlian, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, keterampilan dan tentunya berbagai macam budaya. Organisasi juga terdiri dari anggota-anggota yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang di sepakati Bersama-sama, heterogenitas memainkan peran penting dalam interaksi dan komunikasi antar anggota. Proses pengelolaan perbedaan dalam komunikasi dapat dilakukan melalui komunikasi, karena ketika berhasil mengelola perbedaan maka dapat membantu efektivitas kolaborasi dalam organisasi (Hairunnisa, 2019).

Komunikasi memiliki peran krusial dalam organisasi, komunikasi merupakan proses penyampaian dan pemberian informasi atau pesan dari komunikator ke komunikan melalui media dengan tujuan tertentu (Effendy, 2000). Mencapai sebuah tujuan tentunya membutuhkan strategi atau dalam hal ini disebut sebagai manajemen, supaya pesan dan informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Komunikasi yang diikutsertakan dengan proses mengatur, mengidentifikasi, dan mengelola informasi yang akan disampaikan dapat menghasilkan komunikasi yang efektif, efektif atau tidaknya proses komunikasi dilihat dari berpengaruh atau tidaknya komunikasi yang dilakukan, melalui integrasi proses manajemen dalam komunikasi, dapat dilihat bahwa efektivitas komunikasi bukan hanya tentang bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut diatur, diidentifikasi, dan dikelola. Pendekatan ini membantu meningkatkan komunikasi yang sukses dan meminimalkan risiko terjadinya kesalahpahaman atau ketidakjelasan (Hasmawati, 2018).

Mengkombinasikan manajemen dan komunikasi disebut manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi merupakan penggabungan antara konsep manajemen dan komunikasi yang diaplikasikan di dalam sebuah organisasi (Ditlevsen dan Johansen, 2019). Definisi lain dari manajemen komunikasi adalah pemanfaatan sumber daya manusia yang ada di dalam organisasi atau perusahaan dan teknologi dengan baik yang dapat membantu mengoptimalkan komunikasi yang terjalin antar individu pada sebuah organisasi (Terry, 2006).

Manajemen komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan organisasi, karena ia menjadi pilar utama yang mengarah pada keberhasilan atau kegagalan suatu entitas, dengan adanya manajemen komunikasi dapat meminimalisir terjadinya konflik dalam organisasi (Siregar, 2021), meningkatkan motivasi dan kinerja anggota (Sufi, 2018), dan dapat membangun kepercayaan publik terhadap organisasi (Rahmanto, 2004).

Beberapa literatur sebelumnya mayoritas mengkaji mengenai pentingnya komunikasi dalam proses manajemen, komunikasi membantu memberikan persepsi yang sama kepada setiap anggota organisasi dan sebagai bentuk dari manajemen sebuah organisasi (Rinawati, 2019). Namun, faktanya tidak hanya manajemen memerlukan komunikasi, proses dalam komunikasi juga perlu adanya manajemen. Sehingga kajian ini akan mengulas tentang peran manajemen dalam proses komunikasi menggunakan perspektif teori manajemen Henry Fayol.

Beberapa tulisan sebelumnya yang dilakukan oleh Muszynska, dkk (2015) temuannya mengungkapkan bahwa memastikan komunikasi proyek yang tepat dan efektif bukan hanya masalah persiapan rencana komunikasi, menciptakan, mengumpulkan, mendistribusikan, menyimpan informasi proyek, dan mengidentifikasi tanggung jawab anggota tim proyek dan pihak-pihak terkait proyek

lainnya, tetapi juga tentang menjalin kontak pribadi yang baik dengan anggota tim, mengembangkan hubungan positif, dan mematuhi aturan dasar komunikasi yang jelas dan positif.

Selanjutnya tulisan Fifi Hasmawati (2018) tentang manajemen dalam komunikasi dengan kajian literatur *review*, temuannya menunjukkan bahwa manajemen komunikasi merupakan kombinasi dari konsep manajemen dan komunikasi yang diimplementasikan di dalam berbagai kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk menciptakan proses komunikasi berjalan dengan efektif sehingga informasi dan pesan yang disampaikan kepada komunikan sesuai dengan harapan komunikator.

Pemilihan teori manajemen Henry Fayol didasari pada fungsi yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*commanding*), pengawasan (*coordinating*) dan pengendalian (*controlling*) yang ditawarkan Fayol dan beberapa prinsip manajemen Fayol seperti prinsip kesatuan arahamn (*Unity of Direction*), prinsip koordinasi (*Coordination*), prinsip disiplin (*Discipline*), prinsip otoritas dan tanggung jawab (*Authority and Responsibility*) dan prinsip *Esprit de Corps* (*Team Spirit*) (Miller, 2012).

Penulis melihat bahwa fungsi dan prinsip yang dikemukakan Fayol tersebut dapat membantu proses manajemen dalam komunikasi, penulis menyoroti pentingnya manajemen dalam konteks komunikasi. Tidak hanya manajemen sebagai suatu entitas yang membutuhkan komunikasi, tetapi komunikasi itu sendiri juga membutuhkan proses manajemen agar dapat berjalan dengan lebih efektif. Maka perlu elaborasi tentang peran manajemen dalam komunikasi dan perlunya proses manajemen untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

METODOLOGI

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan. Creswell

(2009) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai serangkaian metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan oleh sejumlah individu atau kelompok orang. Dalam penelitian ini, digunakan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan konseptual. Pemilihan pendekatan konseptual karena penulis akan mesintesis pengetahuan di bidang atau topik tertentu. Kajian ini berusaha mengumpulkan berbagai literatur akademis yang memiliki relevansi dengan topik yang akan dikaji sehingga mendapatkan pemahaman baru terkait dan mendalam mengenai manajemen dalam komunikasi.

Penelitian kepustakaan dilakukan atas beberapa alasan, sebagaimana disampaikan oleh Zed (2014), pertama, penelitian ini dilakukan karena pertanyaan penelitian hanya dapat dijawab melalui studi pustaka, dan tidak mungkin memperoleh data melalui penelitian lapangan. Alasan kedua adalah bahwa studi kepustakaan merupakan tahap mandiri yang diperlukan untuk melakukan studi pendahuluan, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap gejala baru yang sedang berkembang di masyarakat. Alasan ketiga, data pustaka dianggap tetap relevan dan dapat diandalkan dalam menjawab pertanyaan penelitian.

Data yang digunakan berasal dari data sekunder yang diperoleh dari artikel dan jurnal penelitian terdahulu serta dari situs internet yang membahas mengenai manajemen dalam komunikasi, dan konsep-konsep manajemen Henry Fayol yang dipilih secara subyektif oleh peneliti. Adapun prosedur pemilihan dan penelusuran literatur yang digunakan sebagai data menggunakan pendekatan Francis and Baldesari (2006) yaitu pertama, menyusun pertanyaan penelitian. Kedua, melakukan penelusuran literatur akademis pada data pencarian. Ketiga, melakukan penyaringan dengan

menerapkan kriteria inklusi (literatur yang membahas tentang manajemen dalam komunikasi dan konsep manajemen dari Henry Fayol). Selain itu, diterapkan pula kriteria eksklusi (literatur yang tidak memunculkan manajemen dalam komunikasi dan konsep manajemen dari Henry Fayol). Keempat, melakukan analisis dan sintesis terhadap literatur yang sudah memenuhi syarat inklusi dan eksklusi untuk diambil poin penting guna mendukung topik kajian. Kelima, melakukan kontrol kualitas dari literatur yang sudah dianalisis sehingga memiliki tingkat relevansi yang tinggi dengan topik utama. Terakhir, penulisan laporan akhir studi literatur yang akan dicantumkan pada bagian hasil dan pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen dalam konteks komunikasi. Tidak hanya manajemen sebagai suatu entitas yang membutuhkan komunikasi, tetapi komunikasi itu sendiri juga membutuhkan proses manajemen agar dapat berjalan dengan lebih efektif. Elaborasi dari kalimat tersebut dapat dibagi menjadi dua aspek utama: peran manajemen dalam komunikasi dan perlunya proses manajemen untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Manajemen memiliki peranan penting dalam proses komunikasi, menurut Obaji dan Saganuwan (2018) peran manajemen dalam konteks komunikasi mencakup kemampuan untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengontrol aliran informasi. Hal tersebut berarti bahwa manajemen komunikasi memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan konsisten dengan tujuan organisasi dan strategi komunikasi yang telah ditetapkan. dengan adanya manajemen, proses komunikasi dapat lebih terstruktur dan tepat sasaran. Misalnya, melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, penentuan khalayak/*audience* yang sesuai, pemilihan pesan yang sesuai dengan kebutuhan komunikan, serta pengelolaan

waktu dan sumber daya yang efisien (Rahayu & Zuhri, 2023).

Komunikasi juga membutuhkan proses manajemen agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Proses manajemen melibatkan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terkoordinasi, monitoring terhadap perkembangan komunikasi, dan evaluasi terhadap efektivitasnya. Dengan adanya proses manajemen, setiap tahap dalam komunikasi dapat diawasi dan dikelola dengan baik, sehingga meminimalkan risiko terjadinya kesalahpahaman atau kegagalan dalam mencapai tujuan komunikasi.

Selain itu, manajemen dalam komunikasi juga mencakup kemampuan untuk menangani konflik dan perubahan. Komunikasi yang efektif tidak hanya tentang mentransfer informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang baik antara berbagai pihak yang terlibat. Manajemen konflik dapat membantu mengatasi perbedaan pendapat atau masalah yang muncul selama proses komunikasi, sementara manajemen perubahan memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan mendukung adaptasi terhadap perubahan organisasi.

Manajemen dalam komunikasi berfungsi sebagai penunjang suksesnya proses komunikasi. Fungsi dari manajemen menurut Henry Fayol ada lima yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*commanding*), pengawasan (*coordinating*) dan pengendalian (*controlling*). Lima fungsi manajemen utama, yang juga dapat diterapkan dalam konteks komunikasi:

Perencanaan (*Planning*), Fayol percaya bahwa perencanaan adalah fungsi manajemen yang paling penting karena merupakan tahap awal dari keseluruhan proses kegiatan yang akan dilakukan. Dalam konteks komunikasi, perencanaan mencakup menetapkan tujuan dari kegiatan yang dilakukan meliputi tujuan jangka pendek, menengah dan jangka panjang, identifikasi kebutuhan khalayak,

menentukan informasi dan pesan yang akan disampaikan, merancang media komunikasi yang akan digunakan, penentuan mitra untuk kolaborasi dan kerjasama, serta membuat strategi komunikasi yang efektif. Dengan adanya perencanaan dalam proses komunikasi menjadikan tujuan komunikasi lebih terorganisir dan terstruktur sehingga lebih mudah untuk mencapai tujuan tersebut.

Pengorganisasian (*Organizing*), dalam komunikasi, pengorganisasian bertujuan untuk menciptakan struktur dan sistem aliran informasi yang efektif dan efisien. Komunikasi memerlukan proses pengorganisasian yang terstruktur untuk mempermudah mencapai tujuan yang diinginkan, memastikan semua anggota memiliki pemahaman yang sama terkait tujuan yang harus dicapai, menghindari kegagalan komunikasi dengan adanya struktur yang jelas dalam komunikasi seperti menentukan siapa yang bertanggung jawab atas berkomunikasi dengan siapa, pengaturan aliran informasi, dan pembagian tugas komunikasi dapat membantu menghindari kesalahan dan kegagalan dalam proses komunikasi. Pengorganisasian juga dapat menjadikan proses dinamika dalam komunikasi lebih aktif dan proaktif.

Pelaksanaan (*Commanding*), pelaksanaan dalam komunikasi merujuk pada tahap dimana pesan atau komunikasi yang telah direncanakan dan diorganisir sebelumnya sebenarnya disampaikan kepada penerima atau audiens. Tujuan pelaksanaan dalam komunikasi adalah memastikan bahwa pesan atau informasi tersebut disampaikan dengan efisien, efektif, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan pelaksanaan dalam komunikasi dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan komunikasi itu sendiri. Sebagai contoh, dalam pelaksanaan komunikasi instruksional, tujuannya adalah untuk memastikan pesan atau instruksi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh penerima pesan. Dalam pelaksanaan

komunikasi persuasi, tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan guna mengajak khalayak melakukan tujuan yang diharapkan.

Koordinasi (*Coordinating*), Dengan adanya koordinasi dalam proses komunikasi dapat membantu efektivitas penyampaian pesan, koordinasi erat kaitannya dengan kemampuan komunikasi interpersonal. Melakukan kegiatan koordinasi memerlukan kemampuan komunikasi antar pribadi yang baik supaya mitra kerjasama bersedia berkolaborasi. Koordinasi juga menjadikan komunikasi lebih tepat sasaran karena terhubung dengan berbagai bidang dan sudut pandang. Dalam praktiknya, koordinasi dalam komunikasi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dengan memastikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan sesuai dengan rencana dan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, koordinasi juga dapat membantu organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dengan cara mengintegrasikan dan menyelaraskan berbagai aktivitas.

Pengawasan (*Controlling*), Fayol menekankan pentingnya pengawasan untuk memastikan bahwa aktivitas-aktivitas berjalan sesuai rencana. Dalam konteks komunikasi, ini berarti memantau dan mengevaluasi efektivitas pesan yang disampaikan, memonitor komunikasi yang telah terjadi untuk memastikan bahwa tujuan komunikasi tercapai dan untuk mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan, seperti apakah pesan tersampaikan dengan baik dan diterima oleh khalayak dan memperhatikan umpan balik dari pesan yang disampaikan untuk menjadi bahan evaluasi dan bahan panduan pelaksanaan kegiatan kedepannya. Pengawasan penyampaian pesan dalam organisasi biasanya dilakukan sebelum pesan tersebut disampaikan, dengan membuat kerangka kasar terkait apa yang akan disampaikan serta untuk memastikan pesan yang disampaikan tidak keluar dari konteks tujuan yang diharapkan. Dengan

adanya proses kontrol dan evaluasi dalam setiap proses komunikasi dapat mengurangi dampak risiko dari kegagalan informasi (Marbun, dkk. 2023).

Selain lima fungsi manajemen tersebut, Fayol juga mengemukakan 14 prinsip manajemen yang merupakan panduan dasar bagi manajer dalam menjalankan tugas mereka. Beberapa prinsip ini juga relevan dalam konteks komunikasi. Pandangan manajemen yang diajukan oleh Henry Fayol dapat dikombinasikan dengan konsep komunikasi, berikut adalah beberapa cara di mana teori manajemen Fayol dapat dikombinasikan dengan komunikasi (Miller, 2012):

Prinsip Kesatuan Perintah (*Unity of Command*) Fayol mengemukakan bahwa setiap anggota organisasi seharusnya hanya menerima perintah dari satu atasan langsung. Dalam konteks komunikasi, ini menunjukkan pentingnya jelasnya hirarki komunikasi dalam organisasi. Dengan menjaga aliran komunikasi yang terstruktur, informasi dapat mengalir dengan lebih efisien dan menghindari kebingungan.

Prinsip Kesatuan Arah (*Unity of Direction*) Fayol menyatakan bahwa ada perluasan pada prinsip kesatuan perintah, yaitu bahwa semua aktivitas dalam organisasi harus diarahkan menuju tujuan yang sama. Ini dapat diterapkan dalam komunikasi dengan memastikan bahwa pesan dan komunikasi yang dikirimkan mendukung visi dan tujuan organisasi, sesuai dengan kesepakatan dan tujuan bersama.

Prinsip Disiplin (*Discipline*) dalam konteks komunikasi, disiplin mengacu pada aturan dan prosedur yang harus diikuti dalam komunikasi organisasi. Menjaga etika komunikasi yang baik dan menghormati aturan dalam berkomunikasi dapat membantu menciptakan lingkungan yang disiplin dan profesional. Terutama dalam komunikasi organisasi, memiliki sikap disiplin dalam berkomunikasi dapat memicu konflik dan kesalahan dalam

berorganisasi karena tidak semua anggota di dalamnya memiliki tingkat pemahaman yang sama.

Prinsip Otoritas dan Tanggung Jawab (*Authority and Responsibility*) Fayol menekankan pentingnya menetapkan wewenang dan tanggung jawab dengan jelas dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi, ini berarti mengidentifikasi siapa yang memiliki wewenang untuk mengambil keputusan dan siapa yang bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan. Biasanya, dalam organisasi terdapat bidang-bidang yang mengatur alur informasi, misalnya bidang media. Bidang tersebut mengatur keluar (meliput) masuknya (diliput) informasi,

Prinsip Esprit de Corps (*Team Spirit*) Fayol mengakui pentingnya semangat tim dan kerja sama dalam organisasi. Komunikasi yang baik dapat memperkuat semangat tim dengan mempromosikan kolaborasi, memotivasi karyawan, dan menciptakan lingkungan yang positif (Arop, 2018).

Dengan menggabungkan prinsip-prinsip manajemen Fayol dengan komunikasi yang efektif, organisasi dapat mencapai koordinasi yang lebih baik, membangun hubungan yang kuat antara anggota tim, dan memastikan bahwa informasi dan pesan yang diterima oleh anggota guna mendukung tujuan organisasi secara keseluruhan. Sehingga, dapat membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Dalam teori manajemen Henry Fayol komunikasi merupakan aspek penting dari manajemen. Tidak hanya manajemen memerlukan komunikasi, komunikasi juga memerlukan prinsip-prinsip manajemen untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Komunikasi berperan penting dalam menyampaikan informasi, memotivasi anggota organisasi,

menjalin hubungan kerja yang efektif, dan mencapai tujuan organisasi.

Dengan perspektif teori manajemen Henry Fayol, manajemen dalam komunikasi melibatkan perencanaan, organisasi, pelaksanaan, koordinasi dan pengawasan agar pesan dapat disampaikan dengan efektif. Prinsip-prinsip manajemen yang diajukan oleh Fayol dapat membantu dalam mengatur dan memahami peran manajemen dalam mengelola aspek-aspek komunikasi di dalam suatu organisasi.

Dengan demikian, adanya manajemen dalam komunikasi bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi sebagai unsur integral yang membantu memastikan bahwa komunikasi berlangsung dengan efektif, memenuhi tujuan yang diinginkan, dan menciptakan hubungan yang baik antara pelaku komunikasi. Komunikasi memerlukan prinsip manajemen untuk menciptakan keharmonisan, efektivitas, dan efisiensi dalam proses informasi dan interaksi antara individu, kelompok, dan organisasi.

REFERENSI

- Arop, F. O., Owan, V. J., & Akan, E. M. (2018). Effective communication management and the performance of tertiary institutions in Cross River State, Nigeria. *Arop, FO*, 72019-72023.
- Creswell, J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach (3rd ed.)*. London : Sage Publication
- Ditlevsen, M. G., & Johansen, T. S. (2019). Communication management under the spotlight:—A literature review. *Communication & Language at Work*, 6(2), 1-14.
- Dewi, K. S. (2014). *Sistem Manajemen Komunikasi “Teori, Model, dan Aplikasi”*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Effendy, Onong Uchjana.(200). *Ilmu Komunikasi: teori dan praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Francis, Catherine, and Baldesari. (2006). “Systematic Reviews of Qualitative Literature.” Oxford: UK
- Hairunnisa (2019). *Manajemen Komunikasi Suatu Pengantar*. Universitas Mulawarman. <https://repository.unmul.ac.id/>
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen dalam komunikasi. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*, 5(6).
- Maman Ukas (1999). *Manajemen Konsep, Prinsip, dan Aplikasi*.
- Marbun, T. O., Antarani, P., & Putri, M. A. (2023). Effective Communication Results in Effective Leadership. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(4), 571-578.
- Muszynska, K., Dermol, K., Trunk, V., Đakovic, A., & Smrkolj, G. (2015, May). Communication management in project teams—practices and patterns. In *Joint International Conference* (pp. 1359-1366).
- Miller, Katherine. (2012). *Organizational Communication: Approaches and Processes*. Sixth Edition. United States of America : Wadsworth
- Musheke, M. M., & Phiri, J. (2021). The effects of effective communication on organizational performance based on the systems theory. *Open Journal of Business and Management*, 9(2), 659-671.
- Obaji, N. O., & Saganuwan, U. M. (2018). Effective Communication and Planning as Management tools for Organizational Performance. *Conference: 11th Language for Specific Purposes International Conference and 10th Global Advances in Business Communication Conference*.
- Rahayu, I., & Zuhri, A. (2023). Manajemen Komunikasi Internal KIP Aceh Singkil dalam Mengoptimalkan SDM Guna Menjaga Stabilitas Iklim Organisasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 6598-

- 6614.
- Rahmanto, A. F. (2004). Peranan komunikasi dalam suatu organisasi. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Saleh, R., Djalil, N. A., & Firdausy, S. (2019, March). The Analysis of Communication Management (A Case Study in Communication Sciences Study Program in Fajar University). In *First International Conference on Materials Engineering and Management-Management Section (ICMEMM 2018)* (pp. 148-152). Atlantis Press.
- Sufi, S. (2018). Dampak Komunikasi Organisasi Dalam Peningkatan Semangat Kinerja Dan Semangat Karyawan Di Perusahaan Bumd. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 23-32.
- Siregar, F. A., & Usriyah, L. (2021). Peranan komunikasi organisasi dalam manajemen konflik. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 5(2), 163-174.
- Terry, George R. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- Zed, Mestika. (2014). *Metodologi Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.