



EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI MAHASISWA

EFFECTIVENESS OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN THE STUDENT PHOTOGRAPHY COMMUNITY

Bagoes Arya Zyawahir Suharto^{1*}, Koesworo Setiawan², Ruhimat³

^{1,2,3} Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Djuanda

*email Koresponden: bagoessipit@gmail.com

Article history :

Received : 17-11-2024

Revised : 18-11-2024

Accepted : 22-11-2024

Published: 23-11-2024

Abstract

The student photography community in Bogor has rapidly developed and plays an important role in enhancing skills and building relationships among its members. This study aims to describe the effectiveness of organizational communication within the student photography community in Bogor, to understand the role of communication in achieving organizational objectives and fostering harmonious relationships among members. This research uses a descriptive qualitative approach, with in-depth interviews and documentation as the primary data collection techniques. The informants in this study consist of community leaders and human resource development division coordinators from the Photography Community of the FISIB Faculty at Pakuan University and the Photography Student Activity Unit at Djuanda University. The data analysis techniques are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The study's results indicate that communication effectiveness depends on seven indicators: credibility, context, content, clarity, consistency, media, and audience ability. Leaders who implement open, consistent communication and consider differences in members' comprehension abilities are successful in building trust and maintaining aligned understanding among members. The use of digital media such as WhatsApp and informal meetings also serves as an important tool to bridge differences in understanding and preferences among members from diverse backgrounds. The importance of adaptive and personal communication to improve organizational communication effectiveness within the student photography community is highlighted. This research is expected to provide insights for community administrators in managing more effective organizational communication.

Keywords: *Organizational Communication, Leader Credibility, Communication Media*

Abstrak

Komunitas fotografi mahasiswa di Bogor berkembang pesat dan berperan penting dalam meningkatkan keterampilan serta membangun relasi antar anggotanya. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan efektivitas komunikasi organisasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Kota Bogor, dengan tujuan memahami peran komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi dan membangun hubungan yang harmonis antara anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan wawancara mendalam dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data utama. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemimpin komunitas dan koordinator divisi pengembangan sumber daya manusia dari Komunitas Fotografi Fakultas FISIB Universitas Pakuan dan UKM Fotografi Universitas Djuanda. Teknik analisis data yang digunakan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi bergantung pada tujuh indikator, yaitu kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, konsistensi, media, dan kemampuan khalayak. Pemimpin yang menerapkan komunikasi terbuka, konsisten, dan



mempertimbangkan perbedaan daya tangkap anggota berhasil membangun kepercayaan dan menjaga pemahaman yang selaras di antara anggota. Penggunaan media digital seperti WhatsApp dan pertemuan informal juga menjadi sarana penting untuk menjembatani perbedaan pemahaman dan preferensi anggota dari berbagai latar belakang. Pentingnya komunikasi yang adaptif dan personal untuk meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi dalam komunitas fotografi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi pengurus komunitas dalam mengelola komunikasi organisasi yang lebih efektif.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Kredibilitas Pemimpin, Media Komunikasi

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, komunitas fotografi di kalangan mahasiswa telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di kota-kota besar seperti Bogor. Komunitas ini menjadi wadah bagi mahasiswa yang memiliki minat serupa untuk saling bertukar pengetahuan dan pengalaman, serta meningkatkan keterampilan yang diperlukan di dunia profesional. Dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial, kemampuan dalam bidang fotografi semakin penting, mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dalam komunitas ini.

Menurut (Abdul Syukur, 2019) Organisasi memiliki sebuah definisi yaitu kumpulan individual yang melalui pembagian kerja untuk mencapai tujuan yang direncanakan. Pada pengertian tersebut sebuah komunitas fotografi di Kota Bogor memiliki tanggung jawab untuk memastikan keberlangsungan dan perkembangan anggotanya. Salah satu aspek kunci dalam menjalankan tanggung jawab ini adalah melalui komunikasi organisasi yang efektif. Komunikasi yang baik antara pengurus dan anggota merupakan fondasi penting dalam membangun hubungan yang solid. Menurut Anis & Arfah (2021) dan Tahalele (2022), komunikasi yang efektif terkait erat dengan arus informasi, instruksi, dan interaksi yang saling terhubung dalam sebuah organisasi. Beberapa teori komunikasi organisasi menjelaskan pentingnya efektivitas komunikasi dalam mendukung tujuan organisasi. Chester Barnard berpendapat bahwa organisasi bukan sekadar struktur, tetapi merupakan sistem interaksi antar individu (Mukarom, 2020). Ia menekankan sebenarnya keberhasilan komunikasi organisasi bergantung pada kemampuan individu untuk menerima dan memahami pesan, serta komitmen mereka untuk berkontribusi pada tujuan bersama. Selain itu, teori fusi menunjukkan hubungan antara organisasi dan individu bersifat timbal balik, di mana masing-masing mempengaruhi satu sama lain (Mukarom, 2020). Komunikasi organisasi di dalam sebuah komunitas harus memiliki ciri dengan guna mendorong keberhasilan dalam sebuah kegiatan, ciri tersebut yaitu terstruktur, aturan, terprediksi (Fatmawati, 2022).

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (Romli, 2011) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Dalam komunikasi organisasi, terdapat aliran yang dimana di jelaskan oleh (Trinita Aulia Zahra, 2024) yaitu aliran informasi dalam suatu organisasi dibedakan menjadi dua arah yaitu arah komunikasi kebawah (Topdown) dan arah komunikasi keatas (Bottom-up). Selain itu komunikasi organisasi memiliki berbagai dimensi yang berperan penting dalam efektivitas komunikasi, termasuk komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal. Komunikasi vertikal mengacu pada aliran informasi antara tingkat hierarki yang berbeda, yang mencakup komunikasi ke bawah dan ke atas. Komunikasi horizontal melibatkan pertukaran informasi di antara anggota organisasi pada tingkat yang sama, mendukung kolaborasi dan kerja sama antar tim. Sementara itu, komunikasi diagonal menghubungkan individu dari berbagai divisi yang tidak memiliki hubungan hierarki langsung, sering digunakan dalam proyek lintas departemen. Selain dimensi ini, komunikasi formal dan



informal juga berperan dalam membentuk arus komunikasi yang menyeluruh dalam organisasi (Robbins & Judge, 2018). Komunikasi organisasi memiliki sebuah tujuan yang dimana membuat pemahaman saling sepemahaman antar anggota-anggota di dalam organisasi tersebut (Fatmawati, 2022). Dalam penggunaan komunikasi di dalam organisasi menurut (Muhammad, 2009) bahwa komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, keadaan saling tergantung, hubungan, lingkungan, ketidakpastian. Seorang pemimpin ataupun anggota harus memiliki kesadaran akan hambatan yang terjadi di dalam organisasi, menurut (Chairul Furqon, 2003) mengklasifikasikan hambatan dalam komunikasi menjadi empat yaitu Gangguan yang berbentuk mekanik dan semantic, kepentingan, motivasi, prasangka.

Namun, dalam praktiknya komunitas fotografi di Kota Bogor sering menghadapi kendala dalam menerapkan komunikasi organisasi yang efektif. Salah satu kendala yang terjadi adalah kurangnya kejelasan dan konsistensi dalam penyampaian informasi dari pengurus kepada anggota. Dalam konteks ini, tantangan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan kualitas pesan yang disampaikan, tetapi juga dengan cara pesan tersebut dipahami oleh anggota. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi dalam komunitas, serta dalam berkomunikasi dalam sebuah organisasi akan berpengaruh dalam kehidupannya seperti kepada siapa mereka berbicara, siapa yang mereka sukai, bagaimana perasaan mereka, apa yang akan mereka capai, serta cara mereka menyeleraskan diri dengan lingkup organisasi (Slamet Bambang Riono M. S., 2020)

Kondisi ini menunjukkan perlunya analisis lebih mendalam mengenai efektivitas komunikasi organisasi dalam komunitas fotografi mahasiswa. Menurut (Aprilia, 2020) komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Dengan memahami dinamika komunikasi yang terjadi, pengurus dapat mengidentifikasi masalah dan menemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan komunikasi di dalam komunitas. Hal ini sangat penting, mengingat efektivitas komunikasi organisasi akan berdampak pada hubungan antar anggota dan pencapaian tujuan bersama (Setiawan, 2023). Dalam penelitian ini, efektivitas komunikasi organisasi akan diukur melalui tujuh indikator yang dikenal sebagai 7C's (Setiawan, 2023), yaitu kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, konsistensi, media, dan kemampuan khalayak. Kredibilitas adalah kepercayaan yang muncul dari gambaran positif komunikator, mencakup niat baik, kompetensi, sikap moral, dan kontribusinya dalam membantu organisasi. Konteks menekankan pentingnya menjaga fokus pada isu yang dibahas agar komunikasi tetap relevan. Konten harus sesuai dengan nilai dan sistem yang berlaku agar dapat dipahami dengan baik oleh anggota. Kejelasan berfungsi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh khalayak yang beragam. Konsistensi menunjukkan sesungguhnya komunikasi harus dilakukan secara terencana dan berkelanjutan. Media adalah pilihan saluran komunikasi yang sesuai untuk mencapai khalayak, sedangkan kemampuan khalayak berkaitan dengan perbedaan latar belakang yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini dan merujuk pada penelitian terdahulu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam bagi pengurus dalam mengelola komunikasi organisasi secara efektif. Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada efektivitas komunikasi dalam konteks perusahaan seperti di PT. Feva Indonesia (Islami et al., 2021) atau instansi kesehatan oleh Riono et al. (2020), di Rumah Sakit dr. Soeselo yang lebih menekankan hubungan komunikasi



organisasi dengan kinerja karyawan. Selain itu, kebanyakan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh komunikasi organisasi terhadap variabel seperti kinerja, kohesivitas kelompok, dan kepuasan anggota.

Penelitian ini berbeda dalam hal pendekatan, yaitu menggunakan metode kualitatif untuk menggali persepsi dan pengalaman anggota mengenai efektivitas komunikasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Kota Bogor, dengan tujuan mendeskripsikan efektivitas komunikasi organisasi dalam komunitas tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks komunitas mahasiswa, serta memberikan informasi praktis yang bermanfaat bagi pengurus komunitas fotografi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti di lapangan, terutama dengan pendekatan situasional dan non-numerik. Pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengeksplorasi dan menggambarkan komunikasi organisasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Bogor (Musianto, 2002; Fadli, 2021; Suryani, 2010).

Metode kualitatif deskriptif dipilih karena relevan untuk memperoleh jawaban yang rinci terkait masalah komunikasi dalam komunitas, khususnya untuk mendukung kerja sama dalam kegiatan pameran fotografi (Murdiyanto, 2020). Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi, di mana wawancara dilakukan untuk memperoleh data melalui tanya jawab tatap muka antara komunikator dan komunikan, teknik ini melibatkan pertanyaan mendalam dan beberapa pertanyaan informal untuk mendapatkan data secara rinci. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan berstandar, dengan sejumlah pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya, untuk mendapatkan informasi langsung dari informan utama dan pendukung, yakni pimpinan komunitas fotografi mahasiswa dari Universitas Pakuan (INFORMAN 1) dan Universitas Djuanda (INFORMAN 2), serta koordinator Kepala Divisi *Human Resource Development* komunitas tersebut (INFORMAN 3) (Ardiansyah et al., 2023).

Unit analisis penelitian ini adalah beberapa komunitas fotografi mahasiswa di Bogor, dengan fokus pada komunikasi organisasi dalam komunitas. Informan terdiri dari satu informan kunci dan dua informan pendukung, yang mewakili pemimpin dan koordinator dari komunitas fotografi di bawah naungan Universitas Pakuan dan Universitas Djuanda. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung untuk menggali informasi mengenai proses komunikasi interpersonal dalam organisasi, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai pelengkap hasil wawancara dalam bentuk foto dan catatan. Wawancara ini direncanakan dalam bentuk wawancara terstruktur yang telah disiapkan sebelumnya (Rachmawati, 2007). Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada langkah-langkah Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, di mana setiap langkah bertujuan untuk menyederhanakan dan mengelompokkan informasi sesuai kebutuhan penelitian (Baba, 2017).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai efektivitas komunikasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Bogor. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan, ditemukan berbagai temuan yang menggambarkan praktik komunikasi yang berlaku dalam komunitas tersebut. Temuan ini mencakup aspek-aspek kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, konsistensi, media, dan kemampuan khalayak.

1. Kredibilitas

Penelitian ini cukup mendorong efektivitas pada sebuah komunitas. Informan 1 menekankan betapa pentingnya kepercayaan antara pemimpin dan anggota. BS menjelaskan ia selalu memastikan pesan yang disampaikan kepada anggota sudah benar dan dapat dipertanggungjawabkan, serta pentingnya memberi contoh untuk memperjelas informasi: "*Gue selalu mastiin kesesuaian dari isi informasi atau pesannya...*" (INFORMAN 1, BS).

Informan 2 mengungkapkan sebenarnya ia sering mengadakan pertemuan informal seperti ngopi bersama, untuk lebih dekat dengan anggota dan memastikan pesan yang disampaikan mudah diterima: "*Biasanya saya selalu mengajak anggota buat ngopi bareng... untuk menyampaikan informasi...*" (INFORMAN 2, MN).

2. Konteks

BS menyebutkan pertemuan formal sering kali digunakan untuk membahas kegiatan mendatang dan untuk memastikan bahwa semua anggota memahami apa yang diharapkan dari mereka: "*Kita adakan pertemuan rapat formal semua anggota dengan pembahasan kegiatan yang bakal diadakan dan juga target pelaksanaan serta pemahaman garis besar...*" (INFORMAN 1, BS).

Komunikasi yang jelas dan terbuka adalah hal yang ditekankan oleh BS agar setiap anggota mengetahui tujuan dan arah yang ingin dicapai dalam komunitas. MN dan NC, ketua dari komunitas lainnya, juga menyadari pentingnya grup WhatsApp sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan cepat dan tetap menjaga keteraturan dalam pengorganisasian kegiatan komunitas: "*Biasanya selalu berkoordinasi selalu memakai grup WhatsApp atau dengan rapat berkala...*" (INFORMAN 2, MN).

3. Konten

Mengenai konten yang disampaikan, setiap pemimpin komunitas berusaha memastikan bahwa informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan kegiatan. BS menceritakan ia selalu meminta bantuan wakilnya untuk menyampaikan materi secara lebih rinci, serta mengadakan pertemuan tambahan untuk memastikan anggota memahami dengan baik setiap pesan yang disampaikan: "*Gue minta bantuan ke wakil gue buat memberikan pemahaman lebih dalam. Selain itu gue bikin pertemuan lagi buat memastikan pesan gue bisa dimengerti sama mereka...*" (INFORMAN 1, BS).

MN berpendapat bahwa setelah menyampaikan pesan, ia membuka ruang bagi anggota untuk berdiskusi agar ada kesempatan untuk saling bertanya dan memahami bersama: "*Saya sih membuka ruang diskusi kembali dan selalu memastikan pemahaman mereka sesuai dengan apa*



yang diharapkan..." (INFORMAN 2, MN). Begitu juga dengan NC, yang menggunakan materi yang terstruktur dengan tujuan memberikan pemahaman yang seragam kepada seluruh anggota.

4. Kejelasan

Kejelasan pesan merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh para pemimpin komunitas. Informan 1 selalu menekankan pada bahasa yang sederhana dan memberikan contoh konkret agar anggota lebih mudah memahami apa yang disampaikan: "*Gue ngambil langkah dengan cara janji dengan anggota itu terus ngejelasin lagi pake bahasa yang cukup sederhana terus gue kasih contoh atau referensi yang gue bisa...*" (INFORMAN 1, BS).

MN juga menekankan pentingnya komunikasi yang terbuka dan menggunakan istilah yang lebih familiar bagi anggota, agar mereka tidak merasa kesulitan dalam memahami materi: "*Biasanya kita memastikan lewat WhatsApp atau bisa juga adain pertemuan lagi terus buka ruang diskusi...*" (INFORMAN 2, MN). NC lebih menekankan pada penggunaan istilah yang relevan dengan pengalaman sehari-hari agar anggota merasa lebih terhubung dengan informasi yang diberikan: "*Aku selalu ngasih contoh atau istilah itu pake dari kehidupan sehari-hari atau kehidupan di kampus gitu.*" (INFORMAN 3, NC).

5. Konsistensi

Mereka sering mengingatkan anggota mengenai tujuan kegiatan dan pentingnya tetap mengikuti instruksi yang telah disepakati. BS menuturkan sebenarnya ia merasa penting untuk selalu terlibat langsung dalam memberikan instruksi dan memastikan anggota mengikuti apa yang telah diputuskan bersama: "*Gue turun langsung buat ngasih pemahaman instruksi yang gue maksud...*" (INFORMAN 1, BS).

Dia selalu menggunakan hak untuk mengadakan pertemuan berkala untuk mengingatkan kembali semua anggota tentang komitmen yang telah dibuat: "*Biasanya saya minta bantuan ke pengurus lain buat ngebimbing anggotanya biar tugasnya bisa berjalan lancar.*" (INFORMAN 2, MN). Begitu juga dengan NC, yang selalu menanyakan kembali kepada anggota untuk memastikan mereka mengerti dengan baik mengenai tugas yang harus dijalankan: "*Selalu menanyakan hambatan dari tugas yang dikasih...*" (INFORMAN 3, NC).

6. Media

BS sering menggunakan grup WhatsApp untuk berbagi informasi secara cepat, namun juga mengadakan pertemuan tatap muka jika diperlukan: "*Komunikasi secara langsung gitu terus juga kadang gue ngasih informasi lewat grup WhatsApp...*" (INFORMAN 1, BS).

Penggunaan grup WhatsApp adalah pilihan utama, diiringi dengan pertemuan informal seperti ngopi bersama untuk memastikan anggota senior memahami pesan yang disampaikan: "*Kita lebih ke grup WhatsApp terus kadang senior yang ga mengerti pesan kita itu biasanya kita adain pertemuan sambil ngopi santai...*" (INFORMAN 2, MN). Pentingnya pendekatan *hybrid* dalam komunikasi, mengombinasikan pertemuan langsung dan digital untuk menyesuaikan dengan kebutuhan anggota: "*Aku tuh pake cara hybrid...*" (INFORMAN 3, NC).

7. Kemampuan Khalayak

Para ketua komunitas juga menyadari bahwa setiap anggota memiliki cara dan kemampuan masing-masing dalam memahami informasi. BS menceritakan ia selalu berusaha



menyesuaikan gaya bahasa dan pendekatannya sesuai dengan anggota, terutama bagi anggota yang lebih baru atau kurang berpengalaman: "*Gue selalu nyesuain gaya bahasa sama anggota lainnya...*" (INFORMAN 1, BS). MN lebih memilih untuk mengenal terlebih dahulu anggota-anggotanya agar bisa menyampaikan informasi dengan cara yang lebih personal dan mudah dimengerti: "*Kita ngasih pemahaman lebih dalam dari nongkrong bareng terus juga kita pake istilah yang dia ngerti...*" (INFORMAN 2, MN). Sementara itu, NC menggunakan pendekatan yang lebih fleksibel, berusaha memahami perbedaan gaya komunikasi antar anggota dan memilih metode yang sesuai dengan kebutuhan mereka: "*Selalu manfaatin media komunikasi yang berbeda dan pake komunikasi terbuka...*" (INFORMAN 3, NC).

Pembahasan

Dalam komunitas fotografi mahasiswa, seorang ketua memiliki peran utama dalam memastikan komunikasi yang efektif melalui berbagai strategi. Pertama, ketua menggunakan pendekatan personal dan terbuka, memberikan ruang bagi anggota untuk menyampaikan pendapat dan berdiskusi sebelum kegiatan dilakukan. Dengan demikian, anggota merasa lebih terlibat dalam pengambilan keputusan. Untuk anggota yang sulit memahami pesan, ketua memberikan perhatian khusus dan memfasilitasi pemahaman yang mendalam. Ketua komunitas menerapkan pertemuan formal maupun informal sebagai media komunikasi untuk mencegah hambatan dan menjamin semua informasi tersampaikan dengan baik. Saat ada perbedaan usia atau perspektif, ketua menyesuaikan gaya komunikasi agar pesan tetap efektif bagi setiap anggota. Selain itu, ketua menjaga kepercayaan dan mengatasi konflik dengan membuka ruang mediasi dan diskusi.

Efektivitas komunikasi ini terlihat dalam indikator seperti kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, konsistensi, media, dan kemampuan khalayak. Kredibilitas ketua tercermin dari kepercayaan yang terbentuk melalui komunikasi terbuka dan pendekatan yang konsisten. Ketua memastikan bahwa pesan disampaikan dengan konteks yang relevan dan isi yang sesuai dengan nilai serta sistem komunitas. Kejelasan diperkuat dengan contoh dan istilah yang mudah dipahami anggota. Dalam hal konsistensi, ketua memiliki rencana cadangan dan *timeline* untuk memastikan instruksi berjalan sesuai rencana.

Media yang digunakan disesuaikan dengan usia anggota, misalnya komunikasi digital untuk senior yang lebih tua. Dalam hal kemampuan khalayak, ketua memperhatikan kapasitas anggota, menyesuaikan gaya bahasa, dan mengakomodasi perbedaan pemahaman, sehingga pesan lebih mudah diterima dan dicerna oleh semua anggota. Strategi ini membantu ketua menciptakan lingkungan komunikasi yang efektif dan mendukung atmosfer kolaboratif dalam komunitas fotografi mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Bogor dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk kredibilitas pemimpin, konteks yang jelas, kesesuaian konten dengan tujuan, kejelasan pesan, konsistensi dalam penyampaian informasi, serta kemampuan untuk memilih media yang tepat. Pemimpin komunitas berperan penting dalam menjaga komunikasi yang efektif dan memastikan semua anggota merasa terlibat dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan.



KESIMPULAN

Efektivitas komunikasi organisasi dalam komunitas fotografi mahasiswa di Kota Bogor sangat bergantung pada peran pemimpin dalam menyampaikan pesan dengan cara yang kredibel, relevan, dan mudah dipahami. Pemimpin komunitas secara aktif menggunakan pendekatan personal, terbuka, dan konsisten dalam komunikasi dengan anggota untuk mengatasi perbedaan pemahaman dan memastikan informasi diterima secara jelas. Faktor-faktor seperti kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, konsistensi, media, dan kemampuan khalayak terbukti menjadi indikator utama dalam mengukur efektivitas komunikasi organisasi ini. Pemimpin memanfaatkan pertemuan formal dan informal, media digital, serta ruang diskusi untuk menyelaraskan pemahaman anggota yang memiliki latar belakang dan usia yang bervariasi. Selain itu, mereka juga melakukan pendekatan adaptif untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan anggota, seperti menggunakan istilah dan contoh yang relevan dengan keseharian anggota. Kesimpulannya, strategi komunikasi yang baik membantu pemimpin menjaga keharmonisan, meningkatkan partisipasi anggota, dan mendukung pencapaian tujuan bersama dalam komunitas fotografi mahasiswa di Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syukur, E. S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Dprd Kabupaten Tegal. *Jurnal Magisma*, 32.
- Anis, I., Usman, J., & Arfah, S. R. (2021). Efektivitas Program Pelayanan Kolaborasi Administrasi Kependudukan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Gowa. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (Kimap)*, 2(3), 1104-1116.
- Aprilia, N. I. (2020). Efektivitas Komunikasi Organisasi Osdk Terhadap Kedisiplinan Santriwati. *Institutional Repository Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, 14-16.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>
- Baba, M. A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makassar: Aksara Timur.
- Chairul Furqon, S. M. (2003). *Hakikat Komunikasi Organisasi*. 1.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33-54. <https://doi.org/10.21831/Hum.V21i1.38075>
- Fatmawati, I. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Jurnal Revorma*, 43-44.
- Fatmawati, I. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Jurnal Revorma*, 46.
- Islami, A. N., Palupi, M. F. T., & Romadhan, M. I. (2021). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Feva Indonesia. *Representamen*, 7(01). <https://doi.org/10.30996/Representamen.V7i01.5127>
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.



- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi* (Pp. 158-163). Digital Library Uin Sunan Gunung Djati.
- Murdiyanto, D. E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat Upn "Veteran" Yogyakarta Press.
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 123-136.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Riono, S. B., Muhammad Syaifulloh, & Utami, S. N. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Rumah Sakit Dr. Soeselo Kabupaten Tegal. *Syntax Idea*, 2(4), 138–147.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational Behavior* (12th Ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Romli, K. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Setiawan, K. (2023). Peran Humas Pemerintah Di Tengah Badai Pandemi: Studi Deskriptif Kampanye Program Perlindungan Sosial. *Jagat Mitra Kertiyasa*, 25-27.
- Slamet Bambang Riono, M. S. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Rumah Sakit Dr. Soeselo Kabupaten Tegal. *Syntax Idea*.
- Suryani, I. (2010). *Partisipasi Perempuan Dalam Komunikasi Politik*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Tahalele, O. (2022). Efektivitas Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pattimura. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2357-2374.
- Trinita Aulia Zahra, D. S. (2024). Pola Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Komunikasi (Himakom) Dalam Meningkatkan Solidaritas Anggota. *Triwikrama*, 5.