

Karakteristik Komunikator dalam Kepemimpinan

Oleh : Nur Fitriani M.Siregar
Nurfithriani3@gmail.com

Abstract

Hubungan antara kepemimpinan dan komunikasi sangat erat, bahkan dapat dikatakan bahwa tidak ada kepemimpinan tanpa komunikasi. Karakteristik komunikator dalam kepemimpinan penting untuk dipahami karena pemimpin dapat mempengaruhi moral dan kepuasan kerja, keamanan, kualitas kehidupan kerja, terutama tingkat prestasi suatu organisasi. Kemampuan dan keterampilan kepemimpinan dalam mengarahkan bawahan merupakan faktor terpenting untuk efektivitas kerja. Komunikasi sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan kepemimpinan. Ini merupakan kebutuhan komunikator untuk memahami karakteristik komunikasi interpersonal, massa, organisasi, masyarakat, komunikasi antar budaya dan Islam.

The relationship between leadership and communication is very intimately, it can even be said that there is no leadership without communication. Communicator characteristics in leadership is important to understand by a leader to be able to affect the morale and job satisfaction, safety, quality of work life, especially the level of achievement of an organization. Abilities and leadership skills in directing subordinates is an important factor for the effectiveness of a leader to be delivered right at destination. Communication plays a very decisive or failure of a leadership. thus the need for a communicator/leader to understand the characteristics of interpersonal communication, mass, organizational, public, intercultural communication and Islam.

Keyword: Communication, leadership

A. Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin

mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya, rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Karena adanya dorongan kebutuhan manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Komunikasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam menjalankan interaksi antar kelompok suatu organisasi atau lembaga, baik internal maupun eksternal. Tanpa adanya hubungan komunikasi yang baik dan benar, besar kemungkinan semua proses di dalam organisasi/ lembaga tersebut tidak akan dapat berjalan dengan maksimal serta sesuai dengan yang direncanakan. Komunikasi yang efektif akan sangat membantu semua proses yang ada dalam suatu organisasi/ lembaga.

Komunikasi dalam organisasi/ lembaga akan berhasil apabila seorang pemimpin dan para bawahannya mampu berinteraksi dengan baik, sehingga apa yang ingin disampaikan dapat dipahami dari maksud yang sebenarnya agar nantinya dapat terbina hubungan kerja yang baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kemampuan berkomunikasi akan sangat menentukan berhasil atau tidaknya seorang pemimpin dalam melaksanakan tugasnya.

Bagaimana komunikasi bisa berjalan dengan baik jika seorang pemimpin tidak memberikan kenyamanan berinteraksi dengan bawahannya yang ada hanya ketakutan. Karakteristik komunikator dalam kepemimpinan sangatlah penting dipahami oleh seorang pemimpin untuk dapat mempengaruhi moral dan kepuasan kerja, keamanan, kualitas kehidupan kerja, terutama tingkat prestasi suatu organisasi. Kemampuan dan keterampilan kepemimpinan dalam mengarahkan bawahannya merupakan faktor penting bagi efektivitas pemimpin. Hal tersebut perlunya pemimpin memiliki kemampuan berkomunikasi agar yang disampaikan tepat sasaran. Kegagalan seorang pemimpin terletak pada saat dia tidak bisa memposisikan cara berinteraksinya dengan komunikan/ bawahannya sehingga terjadinya misscommunication. Sehingga perlunya seorang komunikator/ pemimpin memahami karakteristik dalam komunikasi baik itu komunikasi antarpribadi, komunikasi massa, komunikasi public, komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya dan komunikasi Islam.

B. Proses Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama. Istilah pertama (*communis*)

adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi yang menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.¹

Komunikasi merupakan *center of interest* yang ada dalam suatu situasi perilaku manusia yang memungkinkan suatu sumber secara sadar mengalihkan pesan kepada penerima dengan tujuan yakni mempengaruhi perilaku tertentu. Komunikasi adalah informasi, ide, sikap, emosi, pendapat atau instruksi antara individu atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami, mengkoordinasikan suatu aktivitas. Sebagai contoh dalam organisasi, komunikasi formal dilakukan melalui sistem surat-menyurat, pelaporan, dan pertemuan; komunikasi informal dilakukan melalui interaksi yang tidak berhubungan dengan struktur; baik komunikasi formal dan informal dilakukan melalui pengiriman dan pertukaran pesan secara verbal dan nonverbal meliputi percakapan, tulisan, dan unsur-unsur visual lainnya. Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial bagi efektivitas operasi organisasi.

Komunikasi adalah produksi dan pertukaran informasi dan makna (*meaning*) tertentu dengan menentukan tanda atau simbol. Komunikasi meliputi proses encoding pesan yang akan dikirimkan, dan proses decoding terhadap pesan yang diterima, dan melakukan sintesis terhadap informasi dan makna. Komunikasi dapat terjadi pada semua level pengalaman manusia dan merupakan cara terbaik untuk memahami perilaku manusia dalam perubahan perilaku antara individu, komunitas, organisasi, dan penduduk umumnya. Karena itu, komunikasi dapat dipelajari secara empiris dan kritis pada pelbagai derajat interaksi level-level ini sering digambarkan misalnya pada tataran:

- a. Micro-to-micro yaitu pada “intrapersonal” (bagaimana individu memproses informasi).
- b. “interpersonal” (bagaimana dua individu berinteraksi mempengaruhi satu sama lain).
- c. Kelompok (bagaimana dinamika komunikasi terjadi di antara banyak individu).
- d. Organisasi formal dan informal (bagaimana komunikasi terjadi dan berfungsi dalam konteks organisasi, komunitas, dan masyarakat

¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 41.

(bagaimana komunikasi membangun atau mengubah agenda-agenda penting dari suatu isu tertentu).²

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Bagi Everett Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.³

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bias merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bias berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.⁴ Adapun unsur-unsur komunikasi antara lain: sumber, pesan, media, penerima, pengarah, tanggapan balik, dan lingkungan.⁴

C. Karakteristik Komunikasi

1. Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi

Untuk mengetahui adanya kehandalan dari bentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dari adanya karakteristiknya yang menurut Everet M.Roger adalah :⁵

- a) Arus pesanya yang cenderung dua arah.
- b) Konteks komunikasinya tatap muka.
- c) Tingkat umpan baliknya yang terjadi tinggi.
- d) Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
- e) Kecepatan jangkauan terhadap audience yang besar, relatif lambat.
- f) Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap.

² Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana,2011),hlm.38.

³Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,1997), hlm. 10.

⁴ Hafied cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,2008) hlm. 22.

⁵ Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antar Pribadi*,(Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti,1991),hlm.19.

2. Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lainnya.⁶ Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran. Peran dibagi menjadi tiga yaitu peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif.

3. Karakteristik Komunikasi Massa

a) Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah untuk semua orang. Meskipun bersifat umum dan terbuka, pesan komunikasi massa yang sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan timbul karena struktur sosial.

b) Komunikasikan bersifat heterogen

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen, meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Komunikasikan dalam komunikasi massa adalah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengangtihan tujuan yang sama.

c) Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan adalah keserempakan dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Keserempakan juga penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan.

d) Hubungan komunikator-komunikasikan bersifat nonpribadi

Hubungan antara komunikator dan komunikasikan bersifat nonpribadi karena komunikasikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator.

e) Berlangsung satu arah (*one way communication*)

⁶Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.273.

Berlangsung anantara komunikator kepada komunikan. Tanggapan atau reaksi muncul belakangan. Komunikasi hanya berjalan satu arah kita tidak bisa langsung memberikan respons kepada komunikatornya kalupun bisa sifatnya tertunda.⁷

4. Karakteristik komunikasi publik

Menurut Efendy didalam bukunya mengungkapkan tentang karakteristik dari komunikasi public sebagai berikut:

- a) Komunikasi publik berlangsung satu arah, ini berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator.
- b) Komunikator pada komunikasi publik bersifat umum. Jadi ditujukan kepada perseorangan atau kelompok tertentu.
- c) Media dalam komunikasi publik menimbulkan keserempaan kepada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarakan.
- d) Komunikan public bersifat heterogen. Dalam komunikasi publik, khalayak yang dituju adalah siapa saja yang bersifat heterogen atau khalayak umum.

5. Karakteristik komunikasi organisasi

- a) Komunikasi organisasi terjadi di dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungan internal (budaya) dan eksternal.
- b) Komunikasi organisasi melibatkan pesan-pesan dan arusnya, tujuan, arah, dan media yang digunakan.
- c) Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dengan sikap, perasaan, hubungan, dan kemampuan-kemampuannya.
- d) Komunikasi organisasi ditujukan kepada audiens korporat seperti stakeholders, jurnalis, analis, regulator, dan legislator.
- e) Komunikasi organisasi memiliki perspektif jangka panjang dan tidak secara langsung ditujukan untuk tujuan penjualan.

⁷Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers,2011), hlm.26.

- f) Komunikasi organisasi mengaplikasikan jenis yang berbeda sebab pesan-pesannya lebih formal dan tidak berlebihan seperti pesan-pesan komunikasi pemasaran.

6. Karakteristik komunikasi antarbudaya

- a) Pertukaran simbolis, mengacu pada penggunaan symbol-simbol verbal dan non verbal antara minimal dua individu untuk mencapai makna bersama.
- b) Proses, mengacu pada sifat saling bergantung dari pertemuan antarbudaya.
- c) Komunitas budaya yang berbeda, didefinisikan sebagai konsep yang luas.
- d) Menegosiasikan makna bersama, mengacu pada tujuan umum dari setiap pertemuan komunikasi antarbudaya.
- e) Situasi interaktif, mengacu pada adegan interaksi pertemuan diadik.⁸

Pentingnya hubungan komunikasi dan kepemimpinan dalam organisasi adalah untuk memperbaiki organisasi itu sendiri. Serta kemajuan organisasi, dimana suatu organisasi biasa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antar anggota berjalan harmonis. Begitu pula kepemimpinan sangat diperlukan bila organisasi ingin sukses. Karena kepemimpinan mempengaruhi aktifitas-aktifitas sebuah kelompok kearah pencapaian tujuan bersama.

7. Karakteristik Komunikasi islam

Nilai-nilai etika komunikasi Islam pada dasarnya sangat luas sekali. Namun secara umum nilai-nilai etika komunikasi Islam ialah: a) bersikap jujur, b) menjaga akurasi pesan-pesan komunikasi, c) bersifat bebas dan bertanggungjawab, d) dapat memberikan kritik membangun.⁹

Dalam kegiatan komunikasi Islam, komunikator haruslah berpedoman kepada prinsip komunikasi yang digambarkan dalam Al-quran dan Hadis, diantaranya adalah:¹⁰

- a) Qaulan sadida

Dari segi substansinya komunikasi islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faaktual, hal yang benar saja, jujur, tidak

⁸Stella Ting Toomey, *Communicating Across Cultures*, (New York: The Guilford Press, 1999), hlm.16

⁹Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Citapustaka, 2007), hlm.26.

¹⁰ Munzier Suparta dkk, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 166-169

berbohong, juga tidak mereyakasa atau memanipulasi fakta. Dari segi redaksi, komunikasi islam harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, baku, sesuai kaidah bahasa yang berlaku.

b) Qaulan baligha

Kata baligh berarti tepat, lugas, fasih, dan jelas maknanya. Qaulan baligha artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (straight to the point), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele.

Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka.

c) Qaulan ma'rufa

Artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasa), dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. Qaulan ma'rufa juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat).

d) Qaulan karima

Adalah perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam ayat tersebut perkataan yang mulia wajib dilakukan saat berbicara dengan kedua orang tu. Kita dilarang memebentak mereka atau mengucapkan kata-kata yang menyakiti hati mereka.

e) Qaulan layina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam tafsir Ibnu katsir disebutkan, yang dimaksud layina ialah kata kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas apalagi kasar.

f) Qaulan maysura

Qaulan maysura bermakna ucapan yang mudah yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan.

D. Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan (Leadership) adalah kemampuan dari seorang (yaitu pemimpin atau leader) untuk mempengaruhi orang lain yaitu yang dipimpin atau pengikut-pengikutnya), sehingga orang lain tersebut bertingkah laku sebagaimana dikehendaki oleh pemimpin tersebut.

Kepemimpinan ada yang bersifat resmi (*formal Leadership*) yaitu kepemimpinan yang tersimpul di dalam suatu jabatan, dan ada pula kepemimpinan karena pengakuan dari masyarakat akan kemampuan seseorang untuk menjalankan kepemimpinan. Kepemimpinan yang tidak resmi (*informal leadership*) mempunyai ruang lingkup tanpa batas-batas resmi, oleh karena kepemimpinan tersebut didasarkan atas pengakuan dan kepercayaan masyarakat.¹¹

Kepemimpinan menurut Hadari dapat dilihat dari dua konteks, yaitu struktural dan non-struktural, ia menjelaskan kedua konteks tersebut secara jelas sebagai berikut: dalam konteks struktural, kepemimpinan diartikan sebagai proses pemberian motivasi agar orang-orang yang dipimpin melakukan kegiatan atau pekerjaan sesuai dengan program yang telah ditetapkan. Kepemimpinan juga berarti usaha mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi orang lain, agar pikiran dan kegiatannya tidak menyimpang dari tugas pokok masing-masing. Adapun dalam konteks non-struktural, kepemimpinan dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi pikiran, perasaan, tingkah laku, dan mengarahkan semua fasilitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.¹²

E. Hubungan Komunikasi dengan kepemimpinan

Hubungan antara kepemimpinan dengan komunikasi sangat erat sekali, bahkan dapat dikatakan bahwa tiada kepemimpinan tanpa komunikasi. Komunikasi berperan sangat menentukan dalam hal berhasil tidaknya suatu kepemimpinan. Seorang pemimpin yang sukses, di antaranya adalah keahlian dirinya dalam menguasai komunikasi yang efektif.

Dalam hal kepemimpinan yang harus dimiliki oleh komunikator, hal-hal dibawah ini merupakan faktor penunjang yang cukup penting untuk diperhatikan, yaitu diantaranya:¹³

1. Kebutuhan terhadap pengetahuan (*need for knowledge*)
2. Kebutuhan pengembangan diri (*need for achievement*)
3. Kebutuhan untuk membuktikan (*need for improvement*)

¹¹Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 113

¹²Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. *Komunikasi & Public Relation* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 194

¹³Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : Gaya Media Pratam, 1997), hlm. 84.

Kehidupan manusia tidak terlepas dari rangsangan lingkungan, apalagi kehidupan modern dewasa ini memberikan rangsangan (stimulus) yang lebih banyak dan kompleks yang dihadapi oleh manusia, sehingga terkadang setiap manusia selalu dihadapkan kepada berbagai alternatif yang cukup menyulitkan dirinya dalam mengambil keputusan. Pengembangan diri sebagai komunikator merupakan suatu keharusan khususnya dalam hal berlomba atau bersaing dengan rangsangan-rangsangan lingkungan yang mungkin kurang tepat dengan misi komunikasi yang dibawakan oleh komunikator tersebut.

Komunikator harus mampu menunjukkan kepada komunikannya hasil-hasil atau perbandingan-perbandingan tertentu sehubungan dengan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh pihak komunikannya. Untuk melengkapi kepemimpinannya seorang komunikator harus memiliki pula sikap mental, diantaranya:

1. Kemampuan untuk *self control* (termasuk di dalamnya faktor *emotional stability*)

Seorang pemimpin yang efektif, bukanlah seorang yang cepat puas (*satisfied*) dan bukan pula seorang *type a happy boy*. Disinilah peranan intropeksi menjadi sangat penting bagi seorang komunikator, khususnya dalam mengarahkan, menyimpulkan dan selanjutnya menggerakkan komunikannya kepada suatu sikap tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Khususnya dalam hal terjadinya *feed back*, atau reaksi dari pihak komunikan (sering terjadi dalam diskusi), maka kedewasaan berfikir dan bersikap, yaitu sikap stabil harus tetap dipertahankan.

Sikap emosional, atau sikap yang meledak-ledak apabila mendapatkan reaksi dari komunikan, karena *feed back* yang diharapkan bersifat menyerang, selanjutnya akan merugikan pihak komunikator itu sendiri.

Suatu hal yang sangat perlu diperhatikan seorang komunikator bahwa dirinya sebagai figur sentral dalam situasi kelompok. Sehingga apabila sikapnya telah menunjukkan emosional yang keterlaluan akan memberikan kesan yang kurang baik dihadapan komunikannya hal ini merupakan usaha komunikator untuk menarik simpati dari komunikannya. Karena faktor simpati merupakan faktor yang sangat penting untuk menumbuhkan mutual understanding sebagai syarat

utama menuju kerjasama. Padahal bagi seorang pemimpin faktor kerjasama inilah merupakan situasi utama yang mutlak diciptakan terlebih dahulu.

Mengenai sikap *emotional stability* ini dalam artian suatu sikap yang mantap tidak cepat sesak nafas, maupun guncangan dalam hal menghadapi tantangan, sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

۞ كَتَبْنَا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ فَلَا يَكُنْ فِي صَدْرِكَ حَرَجٌ مِّنْهُ لِتُنذِرَ بِهِ
 وَذِكْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ ۞

Artinya: “*Alif-Lam-Shad*: Inilah kitab, diturunkan kepada engkau, maka janganlah sesak dadamu, supaya engkau dapat memberi peringatan kepada mereka dan dapat menyegarkan ingatan mereka yang beriman”. (Q.S. Al-A’raaf : 1-2)

Seorang pemimpin seringkali dihadapkan berbagai tantangan, baik yang bersifat seranganpsikologis (misal: fitnah – *rumors* – *psywar*) maupun yang bersifat fisik. Rasulullah mengahdapi tantangan tersebut, beliau diboikot ekonominya, secara fisik beliau dilempari batu oleh penduduk Thaif, secara psikologis beliau diisukan sebagai tukang sihir dan segala macam rintangan lainnya yang sangat berat. Tetapi kepemimpinan rasullah tetap mantap, ia tidak tergoyahkan, karena hiburan karena keteguhan hati Rasulullah.

Keteguhan hati yang dimaksudkan tidak lain daripada adanya kepercayaan diri serta tetap mengontrol kesadaran akan diri (*self awarness*). Keseimbangan rasa, menyebabkan seorang pemimpin senantiasa berfikir secara positif terhadap lingkungannya. Keteguhan hati akan memberikan perasaan hangat kepada lingkungan dikarenakan terhidarnya pemimpin tersebut dari beban batin, sehingga dia senantiasa dapat memberikan reaksi yang objektif dalam mengambil keputusan maupun membuat analisa-analisa. Seorang pemimpin yang memiliki keseimbangan rasa, akan memberikan pula reaksi spontan, tidak dibuat-buat dalam hal terjadi suatu situasi yang secara spontan pula dihadapinya, sikap spontan ini akan memberikab lebih banyak dukungan,

khususnya berupa kesan positif di lingkungannya. Faktor yang erat hubungannya dengan keseimbangan rasa tersebut ialah faktor ikhlas.

2. Rasa selalu ingin tahu (*curiosity*)

Komunikator terlihat secara konkrit dengan bawahannya harus memiliki suatu sikap untuk senantiasa ingin mengetahui situasi yang mempengaruhi secara total hubungan bawahannya dengan lingkungannya dan posisi dirinya sebagai komunikator. Seorang komunikator harus mampu mencari informasi, mendapatkan data tentang bawahannya. sebab komunikator yang memiliki jiwa kepemimpinan senantiasa berbicara dan bertindak di atas dasar yang realistis dengan pesan-pesan yang faktual.

3. Mampu untuk bekerja sama dan memberikan pelayanan (*service and cooperation*)

Komunikator juga sebagai pemimpin harus memberikan pelayanan kepada para pengikutnya. Pemimpin harus mampu memberikan pelayanan dan rasa puas terhadap pengikutnya, sehingga dengan memberikan pelayanan ini akan timbul suatu ikatan batin yang mendalam, timbul perasaan cinta dan hubungan yang akrab antara kedua belah pihak. Sebagaimana dalam firman Allah tentang pentingnya hubungan akrab tersebut, yaitu:

ذَلِكَ الَّذِي يُبَشِّرُ اللَّهُ عِبَادَهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ
أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ وَمَن يَقْتَرِفْ حَسَنَةً نَّزِدْ لَهُ فِيهَا حُسْنًا إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
شَكُورٌ

Artinya: "yang demikian itu adalah (khabar baik) yang dengannya Allah menggembirakan hamba-hambanya yang beriman dan beramal shaleh. Katakanlah: Aku tidak meminta kepadamu ganjaran atas apa yang kusampaikan ini, kecuali hubungan cinta dan mahabbah yang akrab" (Q.S. Asy-Syura : 23)

Sebenarnya dalam pandangan Islam, semua manusia adalah pemimpin artinya minimal dia harus mampu untuk memimpin dirinya sendiri agar tidak terjebak pada hawa nafsu kebatilan. Faktor

kemampuan (*ability*) dan wewenang (*authoity*) merupakan ciri yang khas yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin. Pemimpin senantiasa memiliki kemampuan yang lebih, bila dibandingkan dengan pengikutnya. Seorang pemimpin tentunya mempunyai wewenang atau kekuasaan tertentu untuk mengarahkan dan menggerakkan para pengikutnya untuk mencapai tujuan tertentu. Kelebihan pemimpin dari bawahannya adalah wibawanya, atau suatu kepribadian yang dapat diterima bawahannya. Kewibawan serta kepribadian yang dimiliki oleh seorang pemimpin khususnya banyak terletak dalam integritasnya terhadap reaksi serta caranya memberikan pelayanan terhadap bawahannya. Dengan demikian seorang pemimpin, harus mampu merebut simpati bawahannya, sehingga dengan simpati ini mutual *understanding* sebagai dasar utama menuju kerjasama kelompok dapat diwujudkan. Hubungan komunikator sebagai pemimpin resmi maupun tidak resmi dari suatu perusahaan atau kelompok harus mampu mendalami kebutuhan dan harapan dari bawahannya ataupun kelompoknya.

F. Kesimpulan

Komunikasi memiliki hubungan yang erat sekali dengan kepemimpinan, bahkan dapat dikatakan tiada kepemimpinan tanpa komunikasi. Disinilah pentingnya kemampuan berkomunikasi bagi seorang pemimpin. Seorang pemimpin yang baik, salah satunya dinilai dari caranya berkomunikasi. Oleh karena itu penting bagi pemimpin untuk memahami karakteristik komunikannya. Komunikasi kepemimpinan yang diterapkan ada yang bersifat umum dan spesifik tergantung karakter pribadi masing-masing bawahannya. Mengenal dan memahami karakter diri sang pemimpin sendiri termasuk harus tahu apa yang diketahui dan diperbuatnya. Agar sukses dalam memimpin, ternyata tidak cukup hanya cerdas pikiran. Akan tetapi pemimpin yang sukses adalah pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan baik, dan pandai memperhatikan perasaan bawahannya. Oleh karena itu kedudukan (status) dan peranan seorang pemimpin sudah termasuk didalamnya sebagai komunikator, berinteraksi dengan tepat sasaran. Jadi pentingnya memahami karakteristik komunikator/kepemimpinan dalam suatu perorangan (antarpribadi), organisasi/kelompok, bahkan dalam perbedaan budaya untuk memperbaiki serta memajukan suatu sistem

itusendiri. Serta hal tersebut bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antar anggota/bawahan berjalan harmonis.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara, 1995.
- Bungin, Burhan *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2009
- Kadar Nurjaman & Khaerul Umam. *Komunikasi & Public Realtion*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Kholil, Syukur . *Komunikasi Islam*. Bandung: Citapustaka, 2007.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* .Jakarta: Kencana, 2011
- M Steers, Richard .*Efektifitas Organisasi*. Jakarta : Airlangga, 1985.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Munzier Suparta dkk. *Metode Dakwah* .Jakarta: Kencana, 2009
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta : Gaya Media Pratam, 1997.
- Uchjana Efendy, Onong *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.