

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ANTARA PIMPINAN DAN KARYAWAN DI RUMAH SAKIT SILOAM MATARAM DALAM MENUMBUHKAN SENSE OF BELONGING

Sang Ketut Wiranadi¹, Shinta Desiyana Fajarica², Eka Putri Paramita³

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, NTB, Indonesia
Contact: sangketutwiranadi13@gmail.com

ABSTRACT

Hospitals, as complex healthcare organizations, require effective communication strategies between leaders and employees to foster a sense of belonging among employees. The purpose of this study is to identify the organizational communication strategies used by the leaders of Siloam Mataram Hospital to cultivate a sense of belonging among employees. This research used a qualitative descriptive method with data collection techniques through in-depth interviews and documentation. Qualitative descriptive analysis techniques were used to analyze the data. The results of this study indicate that the organizational communication strategies used by the leaders of Siloam Mataram Hospital to cultivate a sense of belonging among employees include: 1) implementing programs or activities, both formal and informal, to enhance motivation, happiness, productivity, loyalty, and harmony in the workplace, 2) implementing several company cultures that reflect the implementation of company values or Siloam Core Values, and 3) company culture, which, in practice, involves an organizational communication process. In conclusion, this study demonstrates that the leaders of Siloam Mataram Hospital have successfully utilized effective organizational communication strategies to cultivate a sense of belonging among employees. The findings of this research are expected to contribute to the development of theories and practices in healthcare organization management to enhance organizational performance through the cultivation of a sense of belonging among employees.

Keywords: Organizational Communication, Siloam Mataram Hospital, Sense of Belonging

ABSTRAK

Rumah sakit sebagai organisasi pelayanan kesehatan yang kompleks memerlukan strategi komunikasi yang efektif antara pimpinan dan karyawan dalam menumbuhkan *sense of belonging* pada karyawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang digunakan pimpinan Rumah Sakit Siloam Mataram dalam menumbuhkan *sense of belonging* pada karyawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang digunakan pimpinan Rumah Sakit Siloam Mataram untuk menumbuhkan *sense of belonging* pada karyawan meliputi: 1) menjalankan program atau kegiatan baik formal maupun informal guna membantu meningkatkan motivasi, kebahagiaan, produktivitas, loyalitas, dan keharmonisan di tempat kerja, 2) menerapkan beberapa budaya perusahaan yang merupakan implementasi dari nilai-nilai perusahaan atau *Siloam Core Values*, dan 3) budaya perusahaan, dimana pada praktiknya, budaya tersebut melibatkan suatu proses komunikasi organisasi. Dalam kesimpulan, penelitian ini menunjukkan bahwa pimpinan Rumah Sakit Siloam Mataram telah berhasil menggunakan strategi komunikasi organisasi yang efektif dalam menumbuhkan *sense of belonging* pada karyawan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik manajemen organisasi kesehatan dalam meningkatkan kinerja organisasi melalui penumbuhan *sense of belonging* pada karyawan.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Rumah Sakit Siloam Mataram, Sense of Belonging

Pendahuluan

Komunikasi merupakan sebuah proses vital yang dilakukan oleh setiap manusia untuk diri sendiri maupun untuk hidup berdampingan dengan manusia lain di kehidupan sehari-hari. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari hubungan, kepentingan, atau bantuan manusia lainnya, dan semua aktivitas itu membutuhkan komunikasi di dalamnya. Pada dasarnya, dalam berkomunikasi manusia selalu memiliki strategi dalam pengiriman dan penerimaan informasi. Pemilihan strategi ini sangatlah penting dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai dengan maksimal. Pemilihan strategi komunikasi dibutuhkan oleh setiap individu maupun kelompok. Menurut Rogers (Cangara, 2013:64) strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Pada era saat ini, strategi komunikasi digunakan oleh pimpinan dan anggota organisasi maupun instansi perusahaan sebagai sarana penting dalam mencapai tujuan mereka.

Strategi pimpinan dalam menyampaikan informasi kepada karyawan menjadi hal yang vital dalam proses komunikasi di perusahaan, ketika komunikasi berjalan secara efektif maka produktivitas karyawan akan meningkat. Komunikasi dalam perusahaan tidak selayaknya hanya terjadi satu arah, melainkan juga terjadi secara dua arah agar timbul timbal balik yang menguntungkan kedua pihak, agar terjadinya suatu komunikasi organisasi yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Berbagai strategi dalam berkomunikasi digunakan pada intinya berfokus pada peningkatan partisipasi karyawan dalam keputusan yang menyangkut pekerjaan mereka dan hubungannya dengan perusahaan. Sehingga, bukan hanya rasa untuk memenuhi kewajiban yang timbul pada karyawan, melainkan rasa memiliki pada perusahaan tempat mereka bernaung.

Seiring perkembangan zaman, kemampuan strategi komunikasi yang dilakukan manusia turut mengalami perkembangan. Strategi komunikasi tidak hanya sekedar sebagai proses penyampaian informasi, namun telah menjadi sebuah proses pendekatan dari aspek psikologismanusia. Konteks rasa memiliki yang dimaksud adalah bukan menguasai sesuatu, melainkan rasa ikut serta tanggung jawab untuk melakukan sesuatu demi kepentingan organisasi. Sense of belonging menurut Goodenaw (Ting, 2010) adalah rasa penerimaan, dihargai, merasa termasuk atau terlibat, dan mendapatkan dorongan dari orang lain dan lingkungannya, serta perasaan bahwa dirinya adalah "seseorang" yang merupakan bagian yang penting dan berharga dalam aktifitas maupun kehidupan kelompok. Sense of belonging telah lama didefinisikan, diteliti dan dikembangkan oleh para ahli, karena rasa memiliki dinilai sangatlah penting ada pada setiap individu manusia dimanapun dan pada keadaan apapun mereka berada.

Sense of belonging membutuhkan pemeliharaan komunikasi yang baik antar karyawan, antar karyawan dengan pimpinan melalui persamaan visi dan misi bersama menjadi strategi yang tepat dan akan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan kondusif sehingga akan tercipta hubungan baik yang memicu timbulnya rasa merasa memiliki pada instansi dalam diri karyawan. Dalam menumbuhkan rasa memiliki ini tentu pimpinan harus menyusun dan merencanakan strategi komunikasi organisasi yang tepat. Suatu studi terbaru pada sepuluh perusahaan unggul yang telah berhasil mengembangkan reputasi lewat program komunikasi organisasi internalnya yang cemerlang, menunjukkan bahwa faktor paling penting dalam suatu program komunikasi-karyawan dalam menumbuhkan sense of belonging yang berhasil adalah kesadaran dan komitmen

kepemimpinan direktur utama bahwa berkomunikasi dengan

karyawan mutlak perlu untuk tercapainya tujuan organisasi (Robbins, 2001:325). Strategi komunikasi organisasi untuk menumbuhkan sense of belonging pada karyawan dibutuhkan oleh hampir semua sektor perusahaan, tanpa terkecuali pada perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan seperti rumah sakit.

Rumah sakit merupakan perusahaan di bidang jasa yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Saat ini, banyak rumah sakit yang berdiri dengan fasilitas, gedung dan pelayanan prima. semakin banyaknya rumah sakit, menyebabkan persaingan yang lebih ketat, sehingga menuntut rumah sakit untuk lebih memperhatikan masalah kualitas dan produktivitas karyawan serta tenaga kesehatannya. Rumah sakit membutuhkan peranan dari karyawan untuk meningkatkan mutu pelayanannya, yang merupakan tolak ukur dari keberhasilan suatu manajemen di rumah sakit. Rumah Sakit Siloam Mataram merupakan salah satu rumah sakit swasta terbaik yang berdiri di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat, berdiri pada tahun 2017. Rumah Sakit Siloam Mataram bernaung dibawah perusahaan PT Siloam International Hospitals yang merupakan penyedia layanan kesehatan di Indonesia. Menjadi salah satu rumah sakit swasta ditengah tengah banyaknya rumah sakit milik pemerintah di Kota Mataram, menjadi tantangan tersendiri bagi RS Siloam untuk bersaing.

Dalam mencapai tujuan tujuannya, RS Siloam Mataram senantiasa mengedepankan dan berorientasi pada service excellent, dimana kinerja karyawan dan mutu rumah sakit berorientasi pada pelayanan demi mencapai kepuasan pelanggan. Pelayanan pasien yang memuaskan dan fasilitas yang prima merupakan tujuan utama Siloam Hospitals Mataram. Maka dari itu penulis termotivasi untuk melakukan penelitian guna mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Rumah Sakit Siloam Mataram dalam Menumbuhkan Sense of Belonging dengan menitikberatkan bagaimana pimpinan menyusun strategi dalam berkomunikasi agar tercipta komunikasi organisasi yang sesuai dengan tujuan tujuan dari instansi yang akan diteliti.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kemudian, subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan di Rumah Sakit Siloam Mataram. Sedangkan, obyek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi organisasi yang dilakukan antara pimpinan dan karyawan Rumah Sakit Siloam Mataram dalam menumbuhkan sense of belonging pada karyawan. Untuk Lokasi pada penelitian ini adalah berada di Rumah Sakit Siloam Mataram yang berada di Jl. Majapahit No 6, Pagesangan, Kecamatan. Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Sedangkan waktu dalam penelitian akan di laksanakan pada bulan Januari – Maret tahun 2023.

Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling. Penentuan informan dipilih berdasarkan job description yang dijalankan dan sesuai dengan kriteria informan yang telah ditentukan peneliti terkait objek yang akan diteliti. Kemudian untuk sumber data, sumberdata primer di dalam penelitian ini adalah informan yang telah di pilih berdasarkan job description di bidang Human Research yang terlibat di dalam proses perencanaan serta pelaksanaan dari strategi komunikasi komunikasi organisasi di RS Siloam Mataram. Sedangkan, dalam penelitian ini data sekunder diambil dari dokumen Rumah Sakit Siloam

Mataram, literatur, penelitian- penelitian terdahulu sejenis serta buku. Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dan menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

Subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu anggota Kelompok Pembudidaya Madu Trigona Desa Salut Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara yang mengikuti pelatihan digital dari tim PHP2D Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram. Obyek penelitian dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan literasi digital yang dilakukan oleh anggota Kelompok Pembudidaya Madu Trigona Desa Salut Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Salut Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini berlangsung dari bulan Oktober 2021 - Maret 2022

Data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 11 orang anggota kelompok pembudidaya madu trigona Desa Salut yang mengikuti pelatihan digital yang diprogramkan oleh tim PHP2D Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram. Alasan peneliti memilih 11 orang tersebut, karena mereka yang diberikan kesempatan mewakili kelompok Harapan Keluarga untuk mengikuti pelatihan digital tersebut. Dengan adanya bekal pelatihan digital tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji pemanfaatan literasi digital anggota kelompok yang mengikuti pelatihan digital.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman. Model analisis data ini terdiri dari tiga aktivitas, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi

Hasil dan Pembahasan

Profile Rumah Sakit Siloam Mataram

Rumah Sakit Siloam Mataram atau Siloam Hospitals Mataram sebelumnya adalah Rumah Sakit Graha Ultima Medika namun, pada tahun 2017 diakuisisi oleh Siloam Hospitals Group. Kemudian secara resmi diresmikan menjadi Siloam Hospitals Mataram pada tanggal 16 Januari 2020 secara langsung oleh Gubernur Nusa Tenggara Barat, James Riady (Founder Siloam Hospitals Group), dan dr. Rini Kusmardiati (Direktur Siloam Hospitals Mataram). Rumah Sakit Siloam Mataram merupakan rumah sakit swasta yang tergabung dalam Siloam Hospitals Group di bawah naungan Lippo Group. Siloam Hospitals Mataram merupakan Rumah Sakit ke-26 dari 40 Siloam Hospitals yang tersebar di seluruh Indonesia. Rumah Sakit Siloam Mataram dimiliki oleh PT. Graha Ultima Medika, dibawah Siloam International Hospitals, Tbk.

Siloam Hospitals Mataram didirikan di atas lahan seluas 11.744 meter persegi dengan total luas bangunan sebesar 6.900 meter persegi, beralamatkan di Jalan Majapahit No.6, Kelurahan Pagesangan, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Terletak di area perkantoran dan pemukiman masyarakat dan berjarak sekitar kurang lebih 35 km dari Bandara Udara Internasional Lombok membuat Siloam Hospitals Mataram

memiliki lokasi yang strategis. Rumah Sakit Siloam mulai beroperasi pada tanggal 2 Januari 2020 sampai dengan saat ini. Pada tahun 2020 RS Siloam Mataram berhasil meraih akreditasi Paripurna yaitu tingkatan akreditasi tertinggi yang dapat diraih oleh sebuah rumah sakit yang diberikan oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit Indonesia. Kemudian pada tahun 2022 lalu, RS Siloam Mataram kembali berhasil meraih akreditasi Paripurna yang diselenggarakan oleh lembaga akreditasi LAM-KPRS. Saat ini Siloam Hospitals Mataram dipimpin oleh dr. Rini Kusmardiati sebagai Hospital Director dan belum pernah diganti sejak rumah sakit tersebut diresmikan.

Alur Komunikasi dan Budaya Organisasi Dalam Menumbuhkan Sense of Belonging

Kebanyakan organisasi, muncul keinginan karyawan untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka. Siloam Hospitals Mataram menerapkan aliran komunikasi ini saat pelaksanaan forum- forum diskusi seperti meeting dan pertemuan. Komunikasi lintas saluran memberikan ruang dan kesempatan bagi karyawan untuk menyampaikan segala informasi dan pesan kepada pimpinan namun tetap berada pada jalur koordinasi. Strategi jajaran pimpinan Siloam Hospitals Mataram dalam menjalin komunikasi timbal balik antar sesama karyawan maupun dengan pimpinan, untuk menciptakan lingkungan kantor yang nyaman dan aman bagi seluruh karyawan. Pimpinan dan karyawan pada perusahaan yang tergabung sebagai human capital corporate memegang peranan utama sebagai sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk memajukan perusahaan.

Budaya perusahaan merupakan salah satu aspek penting dari terciptanya suatu komunikasi organisasi yang baik. Wheelen dan Hunger (Romli, 2014) mengemukakan sejumlah peran penting yang dimainkan oleh budaya perusahaan sebagai berikut:

- a) Membantu pengembangan rasa memiliki jati diri bagi karyawan.
- b) Dipakai untuk mengembangkan ketertarikan pribadi dengan organisasi.
- c) Membantu stabilitas organisasi sebagai suatu sistem sosial.
- d) Menyajikan pedoman perilaku sebagai hasil dan norma perilaku yang sudah dibentuk.

William Ouchi (1981) berpendapat bahwa budaya organisasi yang kuat adalah salah satu faktor yang dapat membantu menumbuhkan sense of belonging. Ia menyebutkan bahwa budaya organisasi yang kuat harus meliputi nilai-nilai yang sama antara pemimpin dan anggota organisasi, serta pemahaman yang sama tentang tujuan organisasi. Ia menyebutkan bahwa anggota organisasi akan merasa lebih memiliki dan terikat dengan organisasi jika mereka merasa bahwa organisasi memberikan arahan yang jelas dan dukungan yang memadai. Budaya organisasi yang ada di Siloam Hospitals Mataram turut berkontribusi menumbuhkan sense of belonging pada pimpinan dan karyawan yakni diantaranya:

- A. **Speak Up:** Budaya organisasi speak up merupakan budaya yang memberikan ruang kepada seluruh staff dan karyawan di Siloam Hospitals Mataram untuk tidak takut dalam menyampaikan segala hal, siapapun berhak menyampaikan apapun kepada siapapun yang dimana jika hal tersebut telah melenceng dari aturan dan menimbulkan suatu permasalahan di rumah sakit. Jadi budaya ini menjamin

kebebasan berpendapat dan bersuara bagi seluruh warga perusahaan. Pada penerapan budaya ini, komunikasi lintas saluran dapat diimplementasikan karena proses komunikasi akan melewati batas-batas fungsional untuk pelaporan dari karyawan kepada pimpinan. Selain itu penerapan budaya *Speak Up* ini memberikan rasa nyaman kepada karyawan karena aspirasi mereka.

- B. *No Blaming Culture*:** Budaya ini artinya tidak saling menyalahkan berarti seluruh staff maupun pimpinan di Siloam Hospitals Mataram tidak boleh saling menyalahkan jika terjadi suatu permasalahan, semua orang harus berfokus pada penyebab dan mencari solusi dari permasalahan, bukan berfokus pada siapa pelakunya. Dampak dari budaya ini adalah tidak adanya penghakiman bagi siapapun yang melakukan kesalahan, melainkan akan dibantu dan dibimbing agar kesalahan yang sama tidak terulang.
- C. *Etika*:** Budaya etika merupakan pedoman dasar dalam berperilaku di Siloam Hospitals Mataram, dimana seluruh karyawan dan pimpinan harus mengedepankan moral dalam berperilaku di lingkungan rumah sakit. Pentingnya mengedepankan etika pada perusahaan rumah sakit adalah agar karyawan memiliki citra yang baik di mata pasien. Selain kepada pasien, etika dalam perusahaan juga akan memberi perasaan nyaman dan aman bagi seluruh karyawan, ini sejalan dengan nilai pedoman Siloam Hospitals Mataram atau Siloam Core Values yaitu *Respect* yang berarti memperlakukan siapapun dengan rasa hormat.
- D. *Culture of Safety*:** *Safety culture* di rumah sakit sangat besar pengaruhnya terhadap citra, tanggung jawab sosial, moral, serta kinerjanya dan untuk menciptakan rumah sakit menjadi tempat yang aman, nyaman demi kesembuhan pasien. Budaya ini berpegang pada keutamaan dari semua hal di rumah sakit tersebut adalah keselamatan, keselamatan kepada karyawan dan juga pasien, segala hal dan kegiatan yang dilakukan oleh karyawan harus memenuhi aturan yang dimuat pada standar operasional keselamatan yang telah disusun oleh Siloam Hospitals Mataram.
- E. *Apresiasi*:** Bentuk apresiasi dapat berupa penghargaan, bonus, promosi, pengakuan, atau kesempatan untuk mengambil bagian dalam program-program penting. Hal ini dapat membantu meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, serta meningkatkan loyalitas dan kepuasan kerja secara keseluruhan. Penerapan budaya mengapresiasi di Siloam Hospitals Mataram diimplementasikan pada momen-momen tertentu seperti saat sesi apresiasi prestasi saat pelaksanaan program *townhall* dan dilaksanakan secara informal pada saat-saat tertentu seperti pertemuan anggota divisi maupun secara langsung dan lisan.

Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan di Rumah Sakit Siloam Mataram Dalam Menumbuhkan Sense of Belonging

Strategi komunikasi organisasi dibutuhkan oleh semua perusahaan untuk memaksimalkan proses komunikasi. Strategi Komunikasi Organisasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan sebuah pendekatan yang berkaitan dengan perencanaan hingga pelaksanaan sebuah komunikasi yang akan dilakukan pada suatu organisasi. Dengan kata lain, strategi komunikasi organisasi merupakan sarana untuk menciptakan, merancang dan mengatur terjadinya suatu pertukaran informasi ataupun pesan yang terjadi di dalam.

Adapun strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pimpinan dan karyawan Siloam Hospitals Mataram dalam upaya menumbuhkan sense of belonging, seperti yang peneliti jabarkan berikut:

1. Perencanaan

Pimpinan beserta kepala divisi dan departemen terkait berkoordinasi dengan seluruh karyawan termasuk dokter spesialis dan perawat di Siloam Hospitals Mataram untuk melaksanakan pembahasan perencanaan mengenai program program maupun kegiatan yang akan dilaksanakan oleh seluruh karyawan Siloam Hospitals Mataram pada forum rapat yang disebut rapat koordinasi. Rapat koordinasi dilaksanakan setiap satu minggu sekali yaitu pada hari Rabu di ruang meeting Siloam Hospitals Mataram yang dihadiri oleh seluruh staff dan karyawan Siloam Hospitals Mataram. Perencanaan komunikasi organisasi dalam menumbuhkan sense of belonging pada pimpinan dan karyawan Siloam Hospitals Mataram harus menerapkan fungsi fungsi komunikasi organisasi. Berdasarkan teori komunikasi organisasi menurut Sendjaja (1994) fungsi komunikasi dibagi menjadi empat yaitu fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif, dan fungsi integratif. Dan Siloam Hospitals Mataram telah menjalankan fungsi komunikasi organisasi pada tahap perencanaan perusahaan mereka seperti yang peneliti jabarkan sebagai berikut:

- a) **Fungsi Informatif:** Siloam Hospitals Mataram telah menggunakan strategi komunikasi organisasi yaitu speak up dan insiden report sebagai suatu sistem pemrosesan informasi dari karyawan ke pimpinan begitupun sebaliknya. Sistem speak up digunakan sebagai sarana penyampaian informasi terkait permasalahan yang dialami oleh setiap individu yang ada di perusahaan dan kemudian permasalahan tersebut dibahas oleh departemen bersangkutan untuk kemudian dicari solusinya. Selain itu Siloam Hospitals menggunakan forum diskusi formal seperti meeting genesis dan rapat koordinasi sebagai sarana penyampaian segala informasi, untuk forum informal Siloam Hospitals Mataram memanfaatkan sosial media seperti grup whatsapp untuk menyampaikan informasi.
- b) **Fungsi Regulatif:** Siloam Hospitals Mataram menerapkan sistem insiden report yang merupakan metode dari pelaporan masalah pada budaya speak up. Insiden report merupakan pedoman pelaporan masalah yang sudah melanggar aturan perusahaan atau kendala yang dihadapi oleh seluruh warga perusahaan. Siloam Hospitals Mataram menerapkan insiden report sebagai bentuk penyampaian regulasi dan pesan pesan yang pada dasarnya berorientasi pada aturan perusahaan.
- c) **Fungsi Persuasif:** Persuasi yang digunakan oleh Siloam Hospitals Mataram sebagai bentuk komunikasi organisasi adalah ketika pimpinan mempersuasi karyawan untuk terbuka dalam hal pekerjaan dan tidak takut dalam menyampaikan atau berkomunikasi kepada atasan mereka yang dalam hal ini diimplementasikan pada budaya speak up dan open discussion atau meeting yang dilaksanakan oleh pimpinan untuk tujuan tertentu.
- d) **Fungsi Integratif:** Siloam Hospitals Mataram telah berusaha menyediakan

saluran informasi dan media penyampaian informasi untuk memastikan informasi terintegrasi dengan baik yang memungkinkan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan dan tugasnya dengan baik searah dengan tujuan perusahaan. Terlebih Siloam Hospitals Mataram merupakan perusahaan layanan kesehatan yang berbentuk rumah sakit, dimana informasi informasi harus terintegrasi dengan baik untuk menghindari adanya mispersepsi dan distorsi informasi.

2. Pelaksanaan

Program-program dan kegiatan yang telah dirancang saat rapat koordinasi dan pertemuan Townhall, maka seluruh program tersebut akan diimpelentasikan pada kegiatan kegiatan yang akan dilaksanakan dengan karyawan sebagai bentuk upaya menumbuhkan motivasi dan loyalitas pada karyawan. Menurut Shore dan Wayne (Setiawan dkk, 2013) mengatakan pekerja yang merasa didukung organisasi akan memberikan timbal balik (feedback) dan menurunkan ketidakseimbangan dalam hubungan dengan terlibat dalam perilaku citizenship. Siloam Hospitals Mataram telah menjalankan beberapa kegiatan dan program internal untuk karyawan antara lain:

a. Gathering

Gathering adalah pertemuan yang dilaksanakan sebanyak 1 kali dalam setahun yang merupakan rangkaian acara ulang tahun Siloam Hospitals Mataram. Pada program ini seluruh karyawan akan berkumpul membaur pada suatu tempat untuk bersosialisasi dan meningkatkan aktivitas komunikasi interpersonal yang terjalin antara individu karyawan. Di dalam komunikasi interpersonal yang terjalin antar karyawan terdapat proses dimana hubungan yang awalnya sekedar basa-basi atau tidak akrab, menjadi akrab dengan adanya proses berbaur. Pada pelaksanaannya gathering akan melibatkan seluruh karyawan dari masing masing

departemen mulai dari manajemen sampai dengan perawat untuk ikut terlibat baik dalam kepanitiaan maupaun sebagai pengisi acara.

b. Townhall

Townhall adalah pertemuan yang dilaksanakan sebanyak satu kali dalam 3 bulan yang merupakan pertemuan untuk membahas pencapaian pencapaian dalam 3 bulan terakhir. Pada pertemuan townhall, pimpinan akan menyampaikan dan memberikan apresiasi kepada divisi, departemen ataupun individu yang sudah melampaui target perusahaan dan memberikan selamat kepada individu atau divisiyang meraih suatu pencapaian. Hal ini yang diyakini akan memberikan nilai plus karena pimpinan memberikan ucapan dan penghargaan secara langsung yang disaksikan oleh seluruh karyawan. Apresiasi memberi dampak yang besar dalam hal meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi individu atau karyawan yang diapresiasi, karena merasa diakui dan dihargai oleh lingkungannya.

c. Nonton Bareng

Nonton bareng adalah nonton bersama yang dilaksanakan setiap satu kali dalam setahun yang dihadiri oleh semua karyawan Siloam Hospitals Mataram jika di bioskop sedang tayang film favorit yang banyak diminati karyawan. Pada pelaksanaannya Nonton Bareng melibatkan seluruh karyawan untuk ikut serta,

baik pimpinan maupun karyawan dapat duduk bersama menikmati film bersama sama. Kesempatan dan momen dimana pimpinan dan karyawan dapat membaur bersama dan duduk bersebelahan akan menjadi keunggulan tersendiri dari pelaksanaan program ini, karena proses komunikasi yang terjadi akan lebih cepat dan intens karena tidak terikat pada aturan-aturan formal.

d. Perayaan ulang tahun

Perayaan ulang tahun diberikan kepada siapa saja karyawan yang sedang berulang tahun, semua karyawan akan merayakan hari ulang tahun salah seorang karyawan dengan memberi kejutan dan makan-makan bersama. Perayaan ulang tahun pada dasarnya bertujuan meningkatkan tali silaturahmi antara karyawan dan pimpinan di Siloam Hospitals Mataram agar dalam lingkungan kerja juga muncul rasa kekeluargaan antar karyawan dan pimpinan.

e. Tutoring Class

Pelaksanaan tutoring class yaitu kelas-kelas yang diadakan bertujuan untuk menambah dan mengasah kemampuan karyawan pada bidang-bidang yang mereka minati yang dapat menambah produktivitas karyawan Siloam Hospitals Mataram, seperti contohnya English class dan Beauty class yang diadakan untuk memenuhi kebutuhan karyawan dalam berbahasa asing dan berpenampilan menarik. Tutoring class diadakan sebagai bentuk pemberdayaan dan pengembangan diri untuk karyawan, dimana materi-materi yang disajikan saat kelas berlangsung menyesuaikan dengan kebutuhan karyawan selama menjalani pekerjaannya.

3. Evaluasi

Pimpinan dan karyawan Siloam Hospitals Mataram melaksanakan program-program di internal perusahaan sebagai upaya dalam menjalin komunikasi organisasi yang baik di dalam lingkungan perusahaan. Program-program ini bertujuan untuk

meningkatkan sense of belonging pada diri masing-masing karyawan terhadap perusahaan. Sense of belonging memiliki peran yang sangat besar dari sisi psikologis dalam pembentukan identitas diri serta sebagai motivasi seseorang untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam kelompoknya. Dalam menumbuhkan sense of belonging, pimpinan dan karyawan Siloam Hospitals Mataram harus memenuhi dua aspek utama sense of belonging atau yang biasa disebut SOBI yaitu valued involvement dan fit yang akan peneliti jabarkan sebagai berikut:

a. Valued Involvement

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa salah satu aspek sense of belonging adalah valued involvement. Pimpinan dan karyawan yang memiliki aspek valued involvement akan merasakan bahwa orang lain peduli terhadap dirinya, mereka merasa bahwa dirinya diterima, dihargai dan dibutuhkan oleh orang lain. Ketika pimpinan dan karyawan menghadapi masalah atau membutuhkan bantuan, mereka yakin bahwa orang-orang di sekitarnya mampu memberikan bantuan, hal ini ditandai dengan hubungan yang baik dirinya dengan orang-orang di sekitarnya, seperti halnya kenyamanan dalam bergaul antara dirinya dengan karyawan ataupun kenyamanan dirinya ketika berada di lingkungan Siloam Hospitals Mataram. Untuk upaya dan program yang dilakukan

oleh Siloam Hospitals Mataram dalam menumbuhkan valued involvement pada karyawan, pimpinan membuat sebuah program yang disebut dengan insiden report. Pada insiden report, karyawan bebas melaporkan segala bentuk fraud, penyelewengan, pelanggaran dan segala resiko yang sekiranya akan menimbulkan suatu masalah kepada pimpinan.

b. Fit

Selain valued involvement, aspek fit harus terpenuhi oleh pimpinan dan karyawan agar mampu memiliki sense of belonging di dalam dirinya. Fit adalah persepsi seseorang bahwa dirinya sudah menjadi satu kesatuan dengan lingkungan di mana dia berada atau pada karyawan di mana mereka bekerja. Pimpinan dan karyawan yang merasakan bahwa dirinya sudah menjadi satu kesatuan dengan lingkungan di Siloam Hospitals Mataram, ditandai dengan perasaan bahwa dirinya cocok dan merasa nyaman dengan rekan rekan kerja maupun lingkungan tempat mereka bekerja di Siloam Hospitals Mataram. Mereka merasa bahwa orang-orang yang berada di Siloam Hospitals Mataram sudah merupakan bagian dalam dirinya sehingga pimpinan maupun karyawan tersebut tidak merasa seperti orang asing di tengah-tengah lingkungan rumah sakit. Hal ini disebabkan karena dirinya mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan tempat mereka bekerja, sehingga dapat terbangun hubungan yang positif antara dirinya dengan orang-orang ataupun lingkungan kerja di sekitarnya dan karyawan dapat terhindar dari permasalahan yang dapat mengancam kesejahteraan psikologis dan fisiknya yang dapat mempengaruhi kinerja serta produktivitasnya dalam menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan pada Siloam Hospitals Mataram, menunjukkan bahwa memang benar pimpinan dan karyawan di Siloam Hospitals Mataram telah menjalankan program dan kegiatan internal yang telah peneliti jabarkan di atas. Dalam implementasinya, pimpinan dan karyawan di Siloam Hospitals Mataram saling bersinergi guna menghadirkan inovasi mengenai program atau kegiatan internal dan penerapan penerapan strategi yang telah disusun oleh pimpinan dalam rangka menciptakan komunikasi organisasi yang harmonis antara pimpinan dan karyawan di Siloam Hospitals Mataram. Dari hasil penelitian di atas mengungkapkan bahwa pimpinan dan karyawan telah berhasil menumbuhkan rasa kepemilikan atau sense of belonging pada seluruh karyawan Siloam Hospitals Mataram melalui beberapa program internal yang dapat dilihat dari hasil survey analisis kehadiran karyawan yang engagement-nya sudah cukup tinggi.

Simpulan

Strategi Komunikasi Organisasi yang diterapkan dan dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan Siloam Hospitals Karyawan telah berhasil dan efektif menumbuhkan rasa memiliki atau sense of belonging pada seluruh karyawan, hal ini dibuktikan dari hasil wawancara informan utama dan informan pendukung, hasil observasi dan dokumentasi. Rumah Sakit Siloam Mataram telah menjalankan keempat fungsi komunikasi organisasi menurut Sandjaja yakni fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif, fungsi integratif yang kemudian menjadi landasan dalam menjalankan program program dan kegiatan yang dapat

menumbuhkan rasa memiliki atau sense of belonging pada karyawan. Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, terciptanya komunikasi organisasi yang baik antara pimpinan dan karyawan merupakan hal yang sangat penting. Komunikasi organisasi pada perusahaan berfungsi sebagai dasar perencanaan, sumber informasi, meningkatkan motivasi dan berfungsi sebagai aspek yang dapat mengubah perilaku dan psikis seseorang. Saat terciptanya kesamaan persepsi dan perasaan dalam sebuah perusahaan, maka hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya produktivitas dan loyalitas karyawan. Pimpinan dan karyawan di Siloam Hospitals Mataram telah menjalankan beberapa kegiatan dan program internal, yang sudah memberi dampak positif pada pimpinan dan karyawan. Karena bertujuan membangun sense of belonging pada karyawan, membangun semangat kerja karyawan, membuat karyawan merasanyaman, menambah totalitas karyawan, terciptanya relasi yang baik antara seluruh karyawan dan pimpinan perusahaan, dimana semua itu akan berdampak pada produktivitas dan kemajuan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Afryana, S. D. (2018). Pengaruh Sense Of Belonging Terhadap Employee Engagement . Jurnal Indonesia Membangun, 52.
- Afryana, S. D., 2018, Pengaruh Sense of Belonging Terhadap Employee Engagement (Studi di Bandung Tchno Park), Jurnal Indonesia Membangun, 17(2):52.
- Axella, A. G. V. C. 2018. Perbedaan Tingkat Sense of Belonging Antara Mahasiswa Suku Jawa dan Non-Jawa Pada Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Basrowi dan Suwandi. 2006. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Pace, R. W., & Faules, D. F.(2018). Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Cahyanti S. D., 2020, Hubungan Antara Sense of Belonging dengan Keterlibatan Pegawai Negeri Sipil Rutan Kelas II B Pekanbaru, [Skripsi], Pekanbaru: Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Defina, Rizka. (2018). Kegiatan Public Relation Dalam Meningkatkan Sense Of Belonging Pada Karyawan Di PT. Alfa Scorpii Medan. [Skripsi S1, Published]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Febriayanti. 2020. Staregi Komunikasi Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Rumah Sakit Suktan DG. Radja Bulukumba. [Skripsi]. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Giantika, G. G. 2016. Strategi Komunikasi dalam Mengimplementasikan Pengaturan Gubernur Nomo 141 Tahun 2016 Tentang Kartu Jakarta Pusat. Jurnal Komunikasi. 7(1):35.
- Hagerty, B. M. 1995. Developing a Measure Of Sense of Belonging. Nursing research. 44 (1): 1.
- Hagerty, B. M. 1996. Sense of Belonging and Indicators of Social and Psychological Functioning. Archives of Psychiatric Nursing. 10 : 235 – 244.
- Lexy J. Moleong. 2006. Metodeogi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2018. Komunikasi Oraganisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Osterman. 2000. Students Need for Belonging in the School Community. Review of Education Research, 70 : 323-367.
- Safitri, Laras (2019). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Sense Of Belonging Pada Karyawan PT. PLN (Persero) UIP Nusra. [Skripsi S1]. Universitas Mataram
- Situmorang, T. M. 2019. Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintahan Kabupaten Labuhan Batu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MOU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. [Skripsi]. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Uatara.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, E. 2021. Strategi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Yudistyra, J. 2013. Strategi komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga pengajar. [Skripsi]. Makassar: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komuniasi UIN Alaudin Makassar.

- Yudystira, Juansha (2013) Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia). [Skripsi S1, Published], Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Yulhardi. (2020). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru. [Skripsi S1, Published]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau