

## KEPENTINGAN KOMUNIKASI NON VERBAL DALAM ORGANISASI

*(The Importance Of Non-Verbal Communication In Organizations)*

Noor Afzaliza Nazira Ibrahim, Maizatul Haizan Mahbob & Abdul Latiff Ahmad

### ABSTRAK

Kertas konsep ini membincangkan kepentingan komunikasi *non verbal* dalam organisasi. Komunikasi melibatkan penyampaian idea dan perasaan kepada pihak lain. Manusia berkomunikasi kerana ingin mempengaruhi pemahaman orang lain, sikap dan juga tindakan pihak lain sama ada mereka bersetuju atau tidak ke atas sesuatu isu tersebut. Selain itu, komunikasi juga merupakan proses dua hala yang mana kedua-dua belah pihak harus memberi respons terhadap sesuatu maklumat yang disampaikan. Tanpa disedari sebenarnya, komunikasi *non verbal* menjadi pelengkap kepada komunikasi verbal. Komunikasi *non verbal* ini merupakan satu bentuk mesej yang penting kerana boleh menafsir emosi, personaliti, tujuan dan juga status sosial seseorang. Oleh yang demikian, tidak dapat dinafikan bahawa sebahagian besar daripada kecemerlangan sesebuah organisasi adalah berhubungkait dengan keberkesanan proses komunikasi. Kajian lepas membincangkan komunikasi *non verbal* dari sudut tingkah laku, sikap dan hanya memfokuskan kepada pelajar sahaja. Kajian di dalam organisasi sangat sedikit. Oleh yang demikian, komunikasi *non verbal* dalam organisasi seharusnya diberi lebih penekanan kerana ia sangat penting dalam memastikan pekerja lebih memahami konsep sebenar komunikasi *non verbal* agar mesej tidak disalah tafsir.

**Kata kunci:** komunikasi organisasi, komunikasi verbal, komunikasi non-verbal, tingkah laku, motivasi

### ABSTRACT

This paper discusses the importance of non-verbal communication within the organization. Communication involves the presentation of ideas and feelings to others. People communicate because they want to influence the understanding of others, the attitude and the actions of others whether they agree or not on the issue. In addition, communication is also a two-way process in which both parties must respond to any information that is communicated. Without realizing it, non-verbal communication is complementary to verbal communication. This non-verbal communication is an important message form as it can interpret the emotion, personality, purpose and social status of a person. Therefore, it is undeniable that most of the excellence of an organization is related to the effectiveness of the communication process. The previous study discusses non-verbal communication in terms of behavior, attitude and focuses only on students. There is very little study within the organization. Therefore, non-verbal communication within the organization should be given more emphasis because it is very important in ensuring that employees understand the true concept of non-verbal communication so that the message is not misinterpreted.

**Keywords:** organizational communication, verbal communication, non-verbal communication, behaviour, motivation

## **PENGENALAN**

Penulisan ini lebih menjurus kepada bentuk kertas konsep. Kertas ini membincangkan kepentingan komunikasi *non-verbal* dalam organisasi. Tidak dapat dinafikan bahawa sebahagian besar daripada kecemerlangan sesebuah organisasi adalah berhubung kait dengan keberkesanan proses komunikasi. Hakikat ini secara langsung mencerminkan kebenaran pandangan para sarjana komunikasi dan pengurusan yang menekankan bahawa komunikasi perlulah menjadi teras kehidupan sesebuah organisasi. Oleh itu, komponen utama dalam komunikasi adalah pengaliran maklumat, komunikasi dan interaksi kemanusiaan. Dalam era yang serba canggih ini, manusia memang tidak lepas daripada berkomunikasi.

Perkembangan komunikasi ini dilihat sangat penting untuk melengkapkan hidup manusia seharian. Dengan adanya komunikasi yang cekap, maka informasi dapat disampaikan dengan mudah dan disebar ke seluruh pelusuk dunia (Abdul Aziz Yusof, 2000). Komunikasi bermaksud mengadakan perhubungan seperti berbincang antara satu sama lain, bercakap dan juga bertukar pendapat antara satu pihak dengan pihak yang lain. Komunikasi menurut Johns (1996), merupakan proses pertukaran maklumat di antara penyampai dengan penerima maklumat dalam kalangan pelbagai pihak. Manakala menurut Green Berg & Baron (1996), komunikasi merupakan satu proses di mana individu, kumpulan dan organisasi bertindak sebagai penyampai maklumat kepada individu, kumpulan dan organisasi lain yang bertindak sebagai penerima mesej.

Komunikasi melibatkan penyampaian idea dan perasaan kepada pihak lain. Manusia berkomunikasi kerana ingin mempengaruhi pemahaman orang lain, sikap dan juga tindakan pihak lain sama ada mereka bersetuju atau tidak ke atas sesuatu isu tersebut. Komunikasi juga merupakan proses dua hala yang mana kedua-dua belah pihak harus memberi respon terhadap sesuatu maklumat yang disampaikan.

Setiap manusia yang hidup dalam masyarakat akan terlibat dengan komunikasi. Jika dilihat dalam organisasi, lebih-lebih lagi dalam organisasi yang melibatkan hubungan dengan pelanggan, ia haruslah lebih diutamakan demi menjaga nama baik organisasi tersebut. Ini kerana setiap apa yang dilakukan dalam organisasi akan memaparkan imej pekerja itu sendiri dan juga memberi impak terhadap organisasi.

Tambahan pula, komunikasi juga merupakan salah satu aspek terpenting dan kompleks bagi kehidupan manusia. Komunikasi merupakan aktiviti dasar manusia di mana dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubung antara satu sama lain baik dalam kehidupan seharian di rumah, di sekolah, di tempat kerja atau di mana sahaja mereka berada. Komunikasi mewarnai segala aspek kehidupan termasuk sosial, budaya, politik, ekonomi, kesihatan, pendidikan dan sebagainya.

Menurut Richmond & McCrosky (1992) dalam buku mereka yang bertajuk *Organizational Communication for Survival*, mereka telah memberikan enam fungsi komunikasi dalam organisasi iaitu untuk memberitahu, mengawal, menggabung, mengurus, memujuk dan mensosialisasi. Dasar hubungan manusia dalam organisasi sebagai kaedah mewujudkan kerjasama yang baik adalah disebabkan setiap anggota dalam organisasi tersebut mempunyai harapan dan kepentingan yang berbeza-beza dan lazimnya persaingan antara satu sama lain. Menurut Omardin & Azahar (1990), paradigma komunikasi dalam organisasi menunjukkan bahawa komunikasi dalam organisasi berlaku dalam lingkungan sistem terbuka yang kompleks dan ia mempengaruhi dan dipengaruhi oleh persekitaran.

Justeru kerana kepentingan komunikasi dalam segala lapangan kehidupan, maka banyak kajian yang melihat akan kepentingan komunikasi khususnya bagaimana untuk mewujudkan komunikasi yang berkesan. Antaranya ialah dengan memerhatikan elemen komunikasi non verbal ketika seseorang itu sedang berkomunikasi secara verbal. Hal inilah

*Vol. 15. No.5 (107-116), ISSN: 1823-884x*

yang selalu tidak diberi perhatian oleh ramai manusia ketika berinteraksi. Para sarjana pengurusan telah tertinggal dalam memahami bentuk komunikasi yang penting ini. Walaupun beberapa teori membincangkan aspek yang terhad dalam tingkah laku *non-verbal*, masih terdapat lompang dalam mengkaji tingkah laku *non-verbal* yang ditujukan kepada ahli organisasi. Hasil kajian yang diperolehi oleh Gerald et., al. (1991) juga mendapati bahawa 94 peratus daripada responden menyatakan bahawa komunikasi *non-verbal* di dalam dunia perniagaan itu sangat penting. Namun, hal ini tidak diberi tumpuan.

Menurut Timm & De Tienne (1995), kejayaan sesebuah organisasi amat bergantung kepada komunikasi yang digunakan. Tetapi, komunikasi selalunya menjadi masalah utama dalam organisasi. Apakah bentuk komunikasi yang berkesan agar semua maklumat dapat disebarkan dengan cepat dan tepat?

Tambahan pula, komunikasi *non-verbal* boleh dijadikan pengukur dalam melihat keterampilan diri seseorang. Ini kerana, cara manusia bercakap sesama sendiri akan membentuk keperibadian diri seseorang itu. Menurut Mohd. Baharudin Othman & Mohd. Khairie Ahmad (2004), komunikasi *non-verbal* merupakan satu bentuk mesej yang penting kerana boleh menafsir emosi, personaliti, tujuan dan juga status sosial seseorang. Di samping itu, komunikasi *non-verbal* juga dapat meningkatkan keberkesanan penyampaian sesuatu mesej serta berfungsi sebagai pelengkap kepada komunikasi verbal. Bukan itu sahaja, malah penguasaan komunikasi *non-verbal* juga memudahkan dalam proses pengambilan bekerja. Ini adalah kerana, penemuduga akan bersemuka dengan kita secara tepat. Pihak penemuduga akan lebih mudah menilai kita dengan cara menjawab soalan yang diajukan, cara duduk, cara berfikir dan sebagainya. Ini lebih memudahkan lagi dalam proses pemilihan kerja. Dalam erti kata lain, komunikasi yang berkesan hanya akan berlaku bila mana komunikasi *non-verbal* turut difahami oleh pengirim dan penerima mesej.

Dalam konteks organisasi, komunikasi yang tidak berkesan dalam sesebuah organisasi akan menyebabkan aliran kerja tidak lancar dan akan mewujudkan permasalahan terhadap kakitangan dalam organisasi tersebut. Hal ini kerana komunikasi memainkan peranan yang penting dalam usaha memastikan organisasi sentiasa dapat memenuhi kehendak para pekerja. Dalam sesebuah organisasi, pekerja memerlukan informasi yang lebih tepat dan ringkas serta mudah difahami agar senang untuk mereka menyampaikan kepada orang lain. Penerimaan maklumat yang tidak tepat menjadikan sesebuah organisasi itu bermasalah dan tidak dapat menjalankan tanggungjawab yang diberikan. Seperti contoh, pergerakan badan atau 'body language' terutamanya ekspresi muka dan pandangan mata boleh memberikan mesej kepada penerima tentang mesej sebenar yang ingin disampaikan. Pandangan mata atau 'eye contact' mempunyai kesan yang besar ketika komunikasi antara dua pihak sedang berlangsung. Posisi badan juga memberi isyarat mengenai minat dan keyakinan individu ketika menyampaikan mesej. Selain itu, pergerakan badan seperti pergerakan tangan dan kaki juga boleh menggambarkan sifat yakin atau kurang yakin seseorang. Kurangnya perhatian yang diberikan kepada komunikasi *non verbal* ini boleh membawa kepada masalah pemahaman ke atas mesej sebenar yang ingin disampaikan, dan inilah menyebabkan banyak masalah berlaku dalam menggerakkan sesuatu program atau organisasi dengan jayanya. Justeru inilah yang menjadi objektif utama penulisan ini iaitu ingin menganalisis kajian lepas yang memberi tumpuan kepada pengkajian komunikasi *non verbal* dan dari persepektif apakah *non verbal* itu dilihat bagi memahami kepentingan bentuk komunikasi ini.

## **KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI**

Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan suatu asas yang merangkumi aktiviti semua fungsi yang wujud. Dengan adanya saluran komunikasi ini, maka setiap individu atau kelompok bukan sahaja dapat memahami dan bertukar-tukar idea dan pendapat, malah dapat juga berinteraksi antara satu sama lain dan dapat mewujudkan kerjasama yang berterusan dalam kalangan kakitangan. Di samping itu, penentu dalam kejayaan sesebuah organisasi bergantung kepada sejauh mana baiknya saluran komunikasi yang digunakan. Saluran komunikasi ini bermaksud laluan mesej yang mengalir dari satu individu ke individu lain dan dari satu kumpulan ke kumpulan yang lain dan sebaliknya.

Saluran komunikasi rasmi dan tidak rasmi digunakan oleh semua organisasi. Saluran komunikasi rasmi merupakan rantai yang akan menentukan aliran mesej rasmi dalam kalangan ahli di dalam organisasi tersebut. Tambahan lagi, saluran komunikasi rasmi ini adalah sebahagian daripada struktur organisasi yang menyalurkan mesej mengikut peraturan, adat, autoriti, pangkat dan jenis tugas dalam organisasi. Sebaliknya, saluran komunikasi tidak rasmi pula merangkumi rangkaian komunikasi yang terjadi akibat hubungan sosial dan juga persahabatan di tempat kerja.

## **SOROTAN LITERATUR KOMUNIKASI *NON-VERBAL***

Terdapat dua bentuk pernyataan bahasa iaitu verbal dan *non-verbal*. Menurut Bovee & Thill dalam Sri Haryati (2001) dan Ili Kristiyanti (2012), komunikasi *non-verbal* merupakan isyarat, gerak tubuh, intonasi suara, sikap dan sebagainya yang akan memungkinkan seseorang berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Setiap kali berlakunya interaksi komunikasi *non-verbal* antara dua pihak, tanpa kita sedari ia akan melibatkan gerak laku (*gesture*), gerakan mata, perubahan sikap tubuh dan juga ekspresi wajah. Secara sedar atau tidak, perlakuan dan gerak yang dimunculkan ini menjadi pelengkap kepada situasi berbicara sebenarnya. Namun dari sudut lain, ini sebenarnya telah mewujudkan interaksi menggunakan bahasa *non-verbal*.

Komunikasi *non-verbal* sebenarnya mempunyai banyak perbezaan dengan komunikasi verbal yang mana komunikasi *non-verbal* tidak mempunyai bentuk yang berstruktur dan ia bersifat spontan dan ini menyebabkan komunikasi *non-verbal* sukar difahami berbanding komunikasi verbal (Ili Kristiyanti, 2012). Contohnya, kita tidak hanya duduk diam ketika menjawab pertanyaan pelanggan malah kita juga turut menggunakan mata, tangan dan posisi badan untuk menunjukkan sesuatu.

Namun dari satu sudut, telah wujud interaksi menggunakan bahasa tanpa ucap (*non-verbal*) yang masih lagi mempunyai makna dan tafsiran khusus. Bahkan adakalanya perlakuan atau pernyataan bahasa tanpa ucap ini mampu memberi kesan kepada pasangan yang diajak untuk berinteraksi. Bagi maksud ini, penelitian dilihat kepada pernyataan *non-verbal* yang bersifat tindakan dan tatalaku penutur yang dapat memberikan gambaran tentang sikap dan pengamatan watak seseorang itu di dalam sesebuah organisasi.

### **Kepentingan Komunikasi *Non-Verbal***

Kepentingan komunikasi *non-verbal* ini tidak boleh disangkal. Komunikasi *non-verbal* boleh digunakan untuk mengukuhkan apa yang dikatakan secara verbal. Contohnya, jika kita berbincang mengenai perkara yang serius tetapi air muka kita kurang serius, maka orang sekeliling kurang percaya dengan apa yang diperkatakan. Menurut Norazlina & Raja Masittah (2012), air muka merupakan imej sendiri yang ditonjolkan kepada umum, selain

memberikan gambaran imej dalaman tentang diri seseorang dan berkait rapat dengan konsep seperti harga diri, status dan maruah.

Komunikasi *non-verbal* sama pentingnya dengan komunikasi verbal. Ini kerana keduanya saling bekerjasama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi *non-verbal*, ia sebenarnya lebih memberi penekanan, pengulangan, melengkapkan dan menggantikan komunikasi verbal sehingga ia lebih mudah ditafsirkan (Nisawatun Ulmi, 2017). Apabila komunikasi verbal dan *non-verbal* tidak sekata, maka seseorang itu akan percaya kepada *non-verbal*.

Menurut kajian UCLA oleh Profesor Albert Mehrabian, 55 peratus akaun bahasa badan, datangnya daripada kesan pertama, 38 peratus datang daripada nada suara manakala hanya 7 peratus datang daripada kata-kata kita yang sebenarnya. Melalui ekspresi muka seseorang, emosi dapat disampaikan kepada orang yang memerhatikannya seperti emosi sedih, gembira, kecewa, berdukacita dan sebagainya (Nur Afiah & Nor Hashimah, 2016).

Banyak kajian membuat kesimpulan yang sama seperti Honeycutt, Knapp & Powers (1983) iaitu "isyarat *non-verbal* mempunyai 'bearing' penting mengenai penilaian yang tepat dan yang lain adalah komunikasi". Sebagai contoh, Woodall & Folger (1981) membuat spekulasi bahawa apabila isyarat *non-verbal* tidak "selari" dengan corak berirama bersuara, dekoder boleh mempersoalkan kejujuran dan motivasi pengucap.

### **Jenis-jenis Komunikasi Non-Verbal**

Komunikasi *non-verbal* ini terbahagi kepada beberapa jenis. Antaranya komunikasi objek, sentuhan, kinematik, gerak tubuh, prosemik, vokalik dan lingkungan (Ili Kristyanti, 2012). Menurut Ruben & Stewart (2005) pula, komunikasi *non-verbal* memiliki beberapa saluran iaitu *paralanguage*, wajah dan gerakan tubuh (kinesics), sentuhan (haptics), penampilan fizikal serta jarak (proximity) dan waktu (chronemics). Komunikasi objek pula membawa maksud, di dalam sesebuah organisasi, pekerja mengikut kod etika pemakaian di mana pakaian haruslah seragam dan ini akan melambangkan profesionalisme pekerja dan organisasi. Sentuhan pula ialah di mana ia dilihat melalui cara bersalaman dengan seseorang.

Komunikasi *non-verbal* terbahagi kepada beberapa jenis. Antaranya komunikasi objek (cara berpakaian), sentuhan (bersalaman), kinematik (masa), gerak tubuh (ekspresi wajah), prosemik (ruang), vokalik (intonasi suara) dan lingkungan (ruang dan jarak) (Ili Kristyanti, 2012). Menurut Ruben & Stewart, 2005 dalam Prisca Oktavia Della, (2014) pula, komunikasi *non-verbal* memiliki beberapa saluran iaitu *paralanguage* yang meliputi vokal mesej auditori yang dibuat dalam bentuk ucapan. Di samping itu, ia juga merangkumi nada suara, nada ucapan, intonasi, kekerasan atau kelemahan suara dan kelajuan ucapan. Seterusnya ialah wajah dan gerakan tubuh (kinesics) yang bermaksud pergerakan badan, lengan dan kaki, ungkapan wajah dan pergerakan mata apabila berkomunikasi dengan orang lain. Tanpa kita sedari, ekspresi muka juga akan sentiasa berubah semasa bercakap atau mendengar. Mata juga merupakan saluran komunikasi *non-verbal* yang penting dengan mengekalkan hubungan mata dan apabila seseorang itu tertarik dengan perbincangan atau sesuatu isu, maka dia akan memberi tumpuan yang sepenuhnya.

Yang ketiga ialah sentuhan (haptics). Sentuhan atau hubungan badan dikatakan oleh Emmert & Donaghy (1981) sebagai cara terbaik untuk menyampaikan sikap peribadi, baik positif dan negatif. Kekeliruan dan tempoh sentuhan juga boleh menjadi petunjuk persahabatan dan keinginan di kalangan orang yang melakukannya. Contohnya ialah berjabat tangan, memeluk, menampar, menumbuk, mengusap kepala, mencium tangan dan sebagainya. Penampilan fizikal serta *proximity* (jarak) merupakan salah satu daripada saluran komunikasi *non-verbal*. Ia membawa maksud cara bagaimana orang yang dilihat dalam aksi

*Vol. 15. No.5 (107-116), ISSN: 1823-884x*

komunikasi cuba merasakan dan menggunakan ruang. Proxemics bukan sahaja meliputi jarak antara dua orang yang terlibat dalam perbualan, tetapi juga orientasi fizikal mereka.

Komunikasi objek itu membawa maksud bahawa dalam sesebuah organisasi, pekerja mengikut kod etika pemakaian di mana pakaian haruslah seragam dan ini akan melambangkan profesionalisme pekerja dan organisasi. Sentuhan pula di mana ia dilihat melalui cara bersalaman dengan seseorang.

Konemik pula ialah tempoh masa pekerja itu memberi layanan kepada pelanggan. Ini kerana jika pekerja itu suka kepada pelanggan tersebut, maka layanan yang lebih baik dan ramah akan diberikan dan begitu juga sebaliknya. Di samping itu, gerakan tubuh juga memainkan peranan yang penting di mana ekspresi wajah, kontak mata, pergerakan badan dapat menentukan sama ada seseorang itu suka atau tidak dan ini memberikan tanggapan kepada diri kita.

Menyediakan tempat yang selesa, mudah dan menarik boleh membantu dalam merapatkan lagi hubungan antara pekerja dengan pelanggan dan mereka akan rasa dihargai. Nada suara yang tinggi, perlahan, kuat, lantang juga memainkan peranan dalam berkomunikasi. Ini kerana, setiap manusia berbeza penerimaannya. Maka, kita harus tahu akan cara menangani isu ini dan jika salah, emosi mereka akan terganggu dan nescaya imej kita akan terjejas. Lingkungan ini meliputi warna yang dipakai pada hari penerangan diberikan, kebersihan persekitaran dan juga suhu pada ketika itu. Semua ini memainkan peranan dalam sesebuah organisasi demi mencapai komunikasi yang baik dan ia dapat mencerminkan keterampilan peribadi pelajar ayang akan menjadi tenaga pekerja apabila melangkah keluar ke alam pekerjaan.

### **Bentuk Komunikasi *Non-Verbal***

Komunikasi *non-verbal* sebenarnya mempunyai banyak perbezaan dengan komunikasi verbal yang mana komunikasi *non-verbal* tidak mempunyai bentuk yang berstruktur dan ia bersifat spontan dan ini menyebabkan komunikasi *non-verbal* sukar difahami berbanding komunikasi verbal (Ili Kristiyanti, 2012). Contohnya, kita tidak hanya duduk diam ketika menjawab pertanyaan pelanggan malah kita juga turut menggunakan mata, tangan dan posisi badan untuk menunjukkan sesuatu. Ranjit (2004) telah menyenaraikan beberapa contoh bahasa gerak geri dan mesej yang mungkin boleh ditafsirkan oleh seseorang itu. Antaranya ialah:

**Jadual 1.0** Bahasa Gerak Geri dan Mesej yang Diterjemahkan

Bahasa gerak geri	Mesej yang diterjemahkan
Terlalu kerap kerdipkan mata	Bimbang
Mengerutkan dahi	Bingung atau marah
Mata terbuka luas dan berwaspada	Ghairah
Mengekalkan tentangan mata	Berminat dan yakin
Tapak tangan terbuka	Terbuka dan jujur
Menggosok tapak tangan	Harapan positif
Jari-jari bergendang atau sentiasa melihat jam	Tidak sabar atau bosan
Kedua-dua tangan digenggam belakang kepala	Yakin, dominan atau bersikap tinggi diri
Kedua-dua tangan di pinggang	Bersikap agresif atau tidak menyenangkan
Mengangkat bahu	Kurang pengetahuan atau pengalaman
Meregangkan leher	Tidak pasti atau was-was
Tangan bersilang	Bersikap bela diri atau negatif
Postur bongkok	Tidak berminat atau bosan
Mengurut dagu	Membuat keputusan
Bongkok ke depan	Berminat atau senang dengan apa yang berlaku

### **Tingkah Laku dan Komunikasi *Non-Verbal* Di Tempat Kerja**

Masalah yang sering dihadapi oleh pekerja adalah kegagalan berkomunikasi dengan betul dalam organisasi. Kadang kala maklumat yang diterima itu disalah tafsir. Para sarjana pengurusan telah tertinggal dalam memahami bentuk komunikasi yang penting ini. Walaupun beberapa teori membincangkan aspek yang terhad dalam tingkah laku *non-verbal*, masih terdapat lompang dalam mengkaji tingkah laku *non-verbal* yang ditujukan kepada ahli organisasi. Definisi awal komunikasi *non-verbal* telah menekankan bahawa ia tidak hanya bergantung pada kata-kata atau bahasa sahaja, malah ia juga melibatkan pergerakan (Knapp, 2011). Komunikasi *non-verbal* berbeza daripada komunikasi verbal kerana ia adalah komunikasi yang bukan linguistik (Burgoon, Guerrero & Manusov, 2011).

Umumnya, semua manusia memahami konteks sebenar komunikasi *non-verbal* yang melibatkan tingkah laku dan bukan hanya dengan kata-kata. Menurut Ambady & Weisbuch (2010), komunikasi *non-verbal* difahami sebagai menghantar dan menerima pemikiran dan perasaan melalui tingkah laku *non-verbal*. Walaupun begitu, komunikasi *non-verbal* ini sebenarnya dapat juga dikaitkan dengan komunikasi verbal (Richmond & McCroskey, 2004). Contohnya, jika seseorang itu bersetuju, maka dia akan mengangguk menandakan setuju. Selain itu, bagi menggantikan sesuatu yang kita tidak mahu, maka kita boleh menggelengkan kepala. Ini juga sudah dikira berkomunikasi secara *non-verbal*.

Di dalam organisasi, asas komunikasi ini haruslah diketahui agar memudahkan para pekerja untuk berinteraksi antara satu sama lain. Ini kerana, di dalam organisasi, setiap pekerja akan berkomunikasi dari satu bahagian ke bahagian yang lain. Sekiranya maklumat yang disampaikan itu berbeza, maka makna yang ingin disampaikan juga berbeza.

Dalam kajian yang dijalankan oleh Shipra Agarwal & Ashish Garg (2012), pengkaji ingin melihat kepentingan komunikasi di dua buah hotel yang bertaraf empat bintang di wilayah Dehradun. Dalam kajian ini, pengkaji ingin mengetengahkan jenis komunikasi, alat, sumber serta bagaimana interaksi antara pekerja dalam organisasi. Kajian ini dijalankan oleh pengkaji terhadap 65 orang. Sebanyak 36 borang soal selidik diedarkan kepada hotel X dan selebihnya 29 borang soal selidik diedar kepada hotel Y. Soal selidik ini merangkumi 30 soalan yang berbentuk *close-ended*.

Hasil kajian yang diperolehi pengkaji menyatakan bahawa komunikasi boleh didefinisikan sebagai pertukaran maklumat, pemikiran dan emosi antara individu dan kumpulan. Dengan kata lain, komunikasi memainkan peranan penting dalam mengimbangi objektif individu dan organisasi. Komunikasi *non-verbal* menerangkan proses menyampaikan makna dalam bentuk mesej dan bukan perkataan. Penyelidikan menunjukkan bahawa majoriti komunikasi yang digunakan oleh responden ialah *non-verbal*, juga dikenali sebagai bahasa badan. Sesetengah komunikasi *non-verbal* termasuklah kronemik, haptik, isyarat, bahasa badan atau postur, ekspresi wajah dan hubungan mata, komunikasi objek seperti pakaian, gaya rambut, seni bina, simbol grafik dan nada suara serta melalui agregat di atas.

Ucapan juga mengandungi elemen *non-verbal* yang dikenali sebagai *paralanguage*. Ini termasuk kualiti suara, emosi dan gaya bercakap serta ciri-ciri prosodik seperti irama, intonasi dan tekanan. Begitu juga, teks bertulis termasuk elemen *non-verbal* seperti gaya tulisan tangan, susunan ruang perkataan dan penggunaan emotikon untuk menyampaikan ungkapan emosi dalam bentuk bergambar.

Gerald et al. (1991) mendapati bahawa terlalu banyak kajian komunikasi *non-verbal* dijalankan ke atas pelajar universiti dan hanya beberapa sahaja dijalankan ke atas perniagaan organisasi. Hasil kajian yang diperolehi oleh Gerald et al. (1991) juga mendapati bahawa 94

peratus daripada responden menyatakan bahawa komunikasi *non-verbal* di dalam dunia perniagaan itu sangat penting. Mungkin ada yang terkejut melihat hasil ini akan tetapi inilah kenyataan.

Mehrabian (1967) merupakan antara yang pertama menarik perhatian manusia berkenaan dengan kepentingan komunikasi *non-verbal*. Daripada hasil yang diperolehi beliau, didapati bahawa saluran komunikasi *non-verbal* seperti ekspresi wajah, pergerakan badan dan nada suara menyumbang 93 peratus mesej terhadap "sikap" kepada penerima. Persepsi boleh mempengaruhi tingkah laku dan jika persepsi responden selari dengan pengukuran kemahiran dan tingkah laku sebenar yang terdapat dalam data eksperimen, cadangan untuk meningkatkan komunikasi *non-verbal* di tempat kerja boleh dilaksanakan. Perhubungan tanpa percakapan adalah penting untuk semua yang dikaji dan kebanyakan responden bersetuju dengan pernyataan ini. Komunikasi *non-verbal* akan mempengaruhi interaksi manusia dengan manusia lain lebih daripada kandungan lisan. Oleh yang demikian, ramai penyelidik ingin menyelidik kepentingan komunikasi *non-verbal* ini. Menurut Hall (1978), Isenhardt (1980) dan Blanck et al. (1981), komunikasi *non-verbal* golongan wanita lebih baik daripada lelaki.

Komunikasi *non-verbal* sama pentingnya dengan komunikasi verbal. Ini kerana keduanya saling bekerjasama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi *non-verbal*, ia sebenarnya lebih memberi penekanan, pengulangan, melengkapkan dan menggantikan komunikasi verbal sehingga ia lebih mudah ditafsirkan (Nisawatun Ulmi, 2017). Apabila komunikasi verbal dan *non-verbal* tidak sekata, maka orang akan percaya kepada *non-verbal*.

Secara keseluruhan, kajian lepas yang ditelusuri mendapati, komunikasi *non verbal* lebih banyak dilihat dari perspektif kepentingan, jenis, bentuk dan tingkah laku komunikasi *non verbal*. Pemerhatian ke atas bentuk-bentuk komunikasi *non verbal* ini membolehkan kita menyelidiki dengan lebih lanjut perkaitan bentuk-bentuk tersebut dengan komunikasi verbal. Inilah lompong yang perlu diperdalam oleh pengkaji akan datang supaya mesej dapat difahami dengan lebih baik, seterusnya dapat mewujudkan komunikasi yang lebih berkesan. Justeru komunikasi bukan setakat apa yang dituturkan, tetapi imej yang dipaparkan, gerakan tubuh yang ditunjukkan dan emosi yang dizahirkan, adalah jauh lebih penting untuk memahami mesej yang ingin disampaikan dan mengenali keperibadian seseorang.

## **KESIMPULAN**

Peningkatan dalam kepuasan terhadap komunikasi organisasi akan turut meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen keorganisasian. Ini menunjukkan, dalam konteks organisasi yang mungkin berbeza dari segi pengurusan, persekitaran dan sebagainya, peranan komunikasi organisasi yang efektif dan menimbulkan kepuasan di kalangan kakitangan organisasi berkenaan adalah penting. Kepentingan komunikasi yang berkesan ini selaras dengan pandangan sarjana seperti Bednar (1983); Goldhaber (1990); Anderson (1995); Daniels, Spiker & Papa (1997) dan Weiss (1998).

Kepentingan kepuasan terhadap komunikasi organisasi ini juga selaras dengan andaian yang dikemukakan oleh teori kegunaan dan kepuasan. Teori kegunaan dan kepuasan mengutarakan bahawa faktor seseorang kakitangan organisasi memilih saluran komunikasi adalah dipengaruhi oleh kepuasan yang diperolehi hasil daripada pendedahan kepada saluran berkenaan. Misalnya, ciri-ciri komunikasi penyeliaan seperti keterbukaan, bertimbang rasa, sokongan dan sebagainya menyebabkan kakitangan kerap berinteraksi dengan penyelia. Ini menimbulkan rasa puas hati terhadap salah satu aspek komunikasi dalam organisasi berkenaan dan seterusnya mempengaruhi aspek lain dalam diri kakitangan itu seperti komitmen terhadap organisasi.



*Vol. 15. No.5 (107-116), ISSN: 1823-884x*

Selain itu, komunikasi adalah salah satu perkara penting untuk menyokong kejayaan organisasi dalam meningkatkan prestasi organisasi dan penyesuaian organisasi kepada setiap perubahan persekitaran perniagaan yang sedia ada supaya organisasi masih dapat bertahan bahkan mencapai kelebihan daya saing mereka. Melalui komunikasi yang baik antara individu dengan pihak yang terlibat secara langsung dalam organisasi dan di luar organisasi, organisasi boleh mendapatkan maklumat yang diperlukan. Untuk membangunkan komunikasi yang baik ini memerlukan peranan aktif pengurus dan orang bawahan melalui penerapan beberapa teknik yang telah diterangkan di bahagian sebelumnya.

Dalam pelbagai bentuk komunikasi yang ada, komunikasi *non-verbal* adalah yang paling penting. Komunikasi *non-verbal* merupakan satu komunikasi yang penting dalam menyampaikan maklumat kepada orang lain. Tambahan pula, komunikasi *non-verbal* sebenarnya memberi impak yang lebih besar berbanding komunikasi verbal. Komunikasi *non-verbal* melibatkan gerak laku, intonasi suara, air muka dan bahasa badan. Maklumat yang disampaikan secara verbal tidak akan berjaya disampaikan jika tidak diselarikan dengan komunikasi *non-verbal*. Ini kerana, jika seseorang ingin menyampaikan berita yang serius, air muka yang ditunjukkan haruslah serius dan bukan dalam keadaan yang gembira. Melalui komunikasi, ahli dalam organisasi dapat bertukar maklumat dalam memajukan unit masing-masing.

Disarankan agar semasa berkomunikasi, kita perlulah memahami diri orang lain sebelum orang lain memahami diri kita seperti mana yang telah dititipkan di dalam buku tulisan Stephen Covey (1989) "*The 7 Habits of Highly Effective People*" yang mana beliau mengatakan bahawa '*Seek first to understand, then to be understood*' yang bermaksud cuba memahami dahulu, kemudian cuba untuk difahami.

Kelemahan berkomunikasi akan mengundang kesalahfahaman terhadap arahan yang diberikan daripada pentadbiran tertinggi kepada pentadbiran di bawah. Tidak mustahil, ia akan menyebabkan pertikaian dan pertembungan dalam pentadbiran organisasi.

Sebagai kesimpulannya, tidak dapat dinafikan bahawa sebahagian besar daripada kecemerlangan sesebuah organisasi adalah berhubung kait dengan keberkesanan proses komunikasi. Hakikat ini secara langsung mencerminkan kebenaran pandangan para sarjana komunikasi dan pengurusan yang menekankan bahawa komunikasi perlulah menjadi teras kehidupan sesebuah organisasi. Oleh itu, komponen utama dalam komunikasi adalah pengaliran maklumat, komunikasi dan interaksi kemanusiaan.

## **RUJUKAN**

- Abdul Aziz, A. R. 2000. *Kemahiran sosial asas*. Utusan Publication & Distributor : Kuala Lumpur.
- Ambady, N. & Weisbuch, M. 2010. Nonverbal behavior. In Fiske, S. T., Gilbert D. T. & Lindzey, G. (Eds.). *Handbook of social psychology* : 464-497. Hoboken, New Jersey: Wiley Publishers.
- Blanck, P. D., Rosenthal, R., Snodgrass, S., DePaulo, B. & Zuckerman, M. 1981. Sex differences in eavesdropping on nonverbal cues: Developmental changes. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol 41:391-396.
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K. & Manusov, V. 2011. Nonverbal signals. In Knapp, M. L. & Daly, J. (Eds.). *Handbook of interpersonal communication*: 239-280. Thousand Oaks, California : Sage Publications.

*Vol. 15. No.5 (107-116), ISSN: 1823-884x*

- Dr Shipra Agarwal & Mr Ashish Garg. 2012. The importance of communication within organizations: A research on two hotels in Uttarakhand. *Journal of Business and Management*. Vol 3(2):40-49.
- Gerald H., Graham, Jeanne Unruh & Paul Jennings. 1991. The impact of nonverbal communication in organizations: A survey of perceptions. *The Journal of Business Communication*. Vol 28(1): 45-62.
- Hall, J. 1978. Gender effects in decoding nonverbal cues. *Psychological Bulletin*. 68:845-857.
- Ili Kristiyanti. 2012. Pengaruh komunikasi non-verbal terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen*. Vol XII. No.1:60-66.
- Isenhardt, M. 1980. An investigation of the relationships of sex and sex role to the ability to decode nonverbal cues. *Human Communication Research*. 6 :309-317.
- Knapp, M. L. 2011. An historical overview of nonverbal research. In V. Manusov & M. L. Patterson (Eds.), *The sage handbook of nonverbal communication*: 3-19. Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Mehrabian, A. & Wiener, M. 1967. Decoding of inconsistent communications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 6(1) :109-114.
- Mehrabian, A. & Ferris, D. 1967. Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. *Journal of Consulting Psychology*. 31 : 248-252.
- Mehrabian, A. 1971. *Silent messages*. Belmont, California: Wadsworth Pub. Co.
- Mohd. Baharudin Othman dan Mohd. Khairie Ahmad. 2004. *Pengantar komunikasi*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Nisawatun Ulmi. 2017. *Komunikasi verbal dan non verbal dalam proses tahfidz Al-Quran*. Tesis Sarjana.
- Nor Azlina Harun. 2010. Hubungan antara komunikasi dalam organisasi terhadap kepuasan kerja. *Jurnal e-Kemanusiaan*. 1-24.
- Omardin, A. & Azahar Raswan Dean, W.D. 1990. *Komunikasi dalam organisasi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ranjit, S. M. 2004. *Mempertingkatkan kualiti peribadi: Menjana diri untuk mencapai prestasi unggul di tempat kerja*. Kuala Lumpur: Cetakrapi Sdn. Bhd.
- Richmond, V.P. & McCrosky, J.C. 1992. *Organizational communication for survival*. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Richmond, V. A. & McCroskey, J. C. 2004. *Nonverbal behavior in interpersonal relations*. 5th ed. Boston: Pearson.
- Ruben, Brent D. & Stewart, Lea P. 2005. *Communication and human behaviour*. USA: Alyn and Bacon.

**Noor Afzaliza Nazira Ibrahim**  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
noorafzalizanazira@yahoo.com

**Maizatul Haizan Mahbob (Phd) & Abdul Latiff Ahmad (Phd)**  
maiz@ukm.edu.my & alba@ukm.edu.my  
Pensyarah Kanan  
Universiti Kebangsaan Malaysia