

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Tinjauan Terdahulu

Dalam Tinjauan pustaka proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari kumpulan penelitian-penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat. Kajian pustaka meliputi identifikasi secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Tahun	Risma Maharani NIM.41809099	Muhammad Usep Yugaswara Nim 41808021/2013	Muhammad Rifefan Nim10730072/2014
1	Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Negeri Yogyakarta
2	Judul Penelitian	Penggunaan cyber public relations internal jaring PT.Industri Telekomunikasi Indonesia (persero) Bandung	Penggunaan Website PDAM Tirtawening Kota Bandung www.pambdg.co.id Dalam Penyampaian Informasi (Studi Deskriptif Public Relations On The Net Pada Bagian Humas Pdam Tirtawening Kota Bandung Dalam Penyampaian Informasi Kepada Pelanggan)	Penggunaan Media Online dalam memenuhi kebutuhan Informasi Akademis

3	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Kualitatif</b>	<b>Kualitatif</b>	<b>Kualitatif</b>
4	<b>Hasil Penelitian</b>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian yang Penggunaan Cyber Public Relations Internal “Jaring” PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) Bandung adalah bentuk kegiatan Public Relations dalam menyampaikan informasi melalui internet secara online. Berkaitan dengan hal tersebut, Bagian Public Relations Internal INTI melakukan proses publikasi terutama penyampaian informasi dari Direksi menggunakan Cyber Public Relations Internal “jaring” dengan memanfaatkan teknologi internet. Hadirnya “jaring” menjadi alasan tersendiri bagi Bagian Public Relations Internal seiring dengan kemajuan teknologi yang menjadi tuntunan zaman bagi perusahaan.</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukan bahwa Transparasi informasi penggunaan website pelanggan merasa cukup puas dengan fasilitas yang menyediakan sarana keluhan untuk pelanggan. Manajemen perubahan penggunaan website meliputi update informasi diperlukan control dan monitoring yang ketat dalam praktik Public Relations On The Net dengan sistem E-Government. Kesimpulan penggunaan website PDAM Tirtwening Kota Bandung dalam penyampaian informasi kepada pelanggan dijadikan sebagai sarana publiksai yang cepat, mudah dan praktis sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman yang menjadi kebutuhan dalam memberikan informasi PDAM kepada pelanggan.</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukan bahwa setiap mahasiswa memiliki kesempatan mendapatkan akses internet untuk memenuhi kebutuhan informasi akademis terkhususnya mahasiswa di kota Yogyakarta yang sudah sadar betul bahwa kehadiran media online sangat berpengaruh bagi kepentingan informasi akademk.</p>
5	<b>Perbedaan Penelitian</b>	Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek	Perbedaan dari tinjauan penelitian	Perbedaan dari tinjauan penelitian

		<p>dari penelitian terdahulu meneliti tentang penggunaan website Jaring Di PT INDI Jawa Barat dalam penyampaian informasi di kalangan Karyawan, yakni sebagai sarana publikasi yang cepat serta sebagai data pendukung untuk bahan pemberitaan. Sedangkan penelitian ini meneliti tentang penggunaan E-office Oleh Unit Sumber Daya Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.</p>	<p>terdahulu dengan penelitian ini adalah topik dan pendekatan. penelitian terdahulu meneliti tentang sedangkan peneliti ini meneliti Tentang Penggunaan Website PDAM Tirtawening Kota Bandung <a href="http://www.pambdg.co.id">www.pambdg.co.id</a> Dalam Penyampaian Informasi (Studi Deskriptif Public Relations On The Net Pada Bagian Humas Pdam Tirtawening Kota Bandung Dalam Penyampaian Informasi Kepada Pelanggan) Sedangkan Peneliti ini Meneliti tentang Bagaimana Penggunaan E-office oleh Unit Sumber Daya Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.</p>	<p>terdahulu dengan penelitian ini adalah Penggunaan Media Online dalam memenuhi kebutuhan Informasi Akademis sedangkan peneliti ini meneliti Tentang Bagaimana penggunaan E-office Oleh Unit Sumber Daya Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.</p>
--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian diatas peneliti berpendapat bahwa ketiga Penelitian tersebut memiliki kaitan yang erat dengan objek serta kajian yang akan diteliti kali ini. Kajian tentang bagaimana sebuah program atau tindakan komunikasi memiliki hubungan erat terhadap perubahan sikap Individu menjadi evaluasi efektif atau tidaknya sebuah program, hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai Penggunaan E-office dalam komunikasi organisasi oleh Unit Sumber Daya Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.

## **2.1.2 Tinjauan Pustaka**

### **2.1.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi**

#### **A. Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna*.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau langsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan diatas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, Pendidikan, dan Politik sudah didasari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Akan tetapi, studi Aristoteles hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Baru pada pertengahan abad ke-20 ketika dunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi Industri dan Revolusi Teknologi elektronik, selain itu ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi dan sebagainya maka cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (*Knowledge*) menjadi ilmu (*science*).

Diantara para ahli sosiologi, ahli psikologi, dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi adalah Carl I. Hovland yang namanya telah disinggung di muka. Menurut Carl I. Hovland, Ilmu Komunikasi adalah; Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengetakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communications is the process to modify the behavior of other individuals*).

Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan diatas. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mnegutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswel mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah jawaban pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

1. Komunikator (*Communicator, source, sender*)
2. Pesan (*Message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)

### 5. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Lasswell mengendaki agar komunikasi dijadikan objek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan *control analysis*; penyelidikan mengenai pesan dinamai *content analysis*; audience analysis adalah studi khusus tentang komunikan; sedangkan effect analysis merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi. Demikian kelengkapan unsur komunikasi menurut Harold Lasswell yang mutlak harus ada dalam setiap prosesnya.

## **B. Komponen-Komponen Komunikasi**

Menurut Effendy (2000:6), Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan komponen-komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

## 1. Komunikator dan Komunikan

Kita menggunakan istilah sumber-penerima, karena sumber-penerima sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (pembicara) sekaligus penerima (pendengar). Anda sendiri (kita mendengar diri sendiri, merasakan gerak tubuh sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh kita sendiri) dan kita menerima pesan dari orang lain secara visual, melalui pendengaran atau bahkan melalui rabaan dan penciuman. Ketika kita berbicara dengan orang lain, kita memandangnya untuk mendapatkan tanggapan untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan dan sebagainya. Ketika kita menyerap isyarat-isyarat nonverbal ini, kita menjalankan fungsi penerima.

## 2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000 : 11). Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain



serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

### 3. Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan (Devito, 1997 :28). Sebagai contoh dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengar (saluran suara), tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori), dan sering kita saling menyentuh itupun komunikasi (saluran taktil). Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini banyak dipergunakan (Effendy, 2000 : 37). Tradisional misalnya kontongan, bedug, pagelaran seni, dan lain-lain sedangkan yang lebih modern misalnya surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, televisi, internet yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio-visual.

### 4. Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlihat dalam tindak komunikasi. Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama Anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua Anda mungkin

memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi dan perasaan Anda, ini adalah efek afektif. Ketiga Anda mungkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain juga perilaku verbal dan non verbal yang patut, ini adalah efek psikomotorik (Devito, 1997 : 29).

### **C. Tujuan Komunikasi**

Menurut Riant Nugroho (2004:72) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz an Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu sistem sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Rosadi Ruslan, 2003:83). Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain yaitu :

1. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.

2. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan (Widjaja, 200:66-67).

#### **D. Bentuk-Bentuk Komunikasi**

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya :

##### 1. Komunikasi Intrapribadi (*Intapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar-pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastika makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak

disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2003 :72)

## 2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2003 : 73).

## 3. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (Mulyana, 2003 : 74).

## 4. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit

daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk (Mulyana, 2003 : 74).

#### 5. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip (Mulyana, 2003 : 75).

#### 6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2003:75).

## **E. Karakteristik Komunikasi**

Karakteristik Komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah suatu proses. Artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
2. Komunikasi bersifat simbolis. Yaitu komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan menggunakan tanda-tanda atau lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah dengan bahasa verbal yaitu dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya
3. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
4. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat. Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.
5. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu. Dimana para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi

seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi.

6. Komunikasi bersifat transaksional. Pada dasarnya komunikasi menuntun dua tindakan, yaitu member dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau parsial.

## **F. Proses Komunikasi**

### **a. Proses komunikasi secara primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini. Baik mengenai hal yang konkret maupun abstrak. Bukan saja peristiwa yang terjadi sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

### **b. Proses komunikasi secara sekunder**

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, Telepon, Surat Kabar, Majalah, Radio, Film dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan.

Umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (*delayed feedback*), karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu. Bagaimana pun dalam proses komunikasi bermedia misalnya dengan Surat, Telepon, Surat Kabar, Majalah, Radio, Film, umpan balik akan terjadi. Dengan kata lain komunikator mengetahui tanggapan komunikan. Dengan demikian komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklarifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau media nonmassa (*non-mass media*).



### 2.1.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

#### A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Istilah organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang – orang, hubungan – hubungan, dan tujuan – tujuan. Seperti apa yang diungkapkan Pace dan Faules (2002 : 11) bahwa :

“ Jika dilihat dari pendekatan subjektif, organisasi berarti proses, sedangkan pandangan objektif mengenai organisasi, organisasi berarti struktur”.

Penekanan pada perilaku atau struktur bergantung pada pandangan mana yang dianut. Organisasi secara khas dianggap sebagai kata benda, sementara pengorganisasian dianggap sebagai kata kerja. Suatu organisasi terdiri dari unit – unit komunikasi dalam hubungan – hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Interaksi di antara semua faktor internal maupun eksternal organisasi disebut sebagai sistem komunikasi organisasi. Organisasi terdiri 2 bagian yaitu organisasi sosial dan formal, organisasi sosial merujuk pada pola – pola interaksi sosial. Sistem sosial yang dihasilkan lewat komunikasi, pengetahuan mengenai suatu sistem sosial dapat membantu kita membuat prediksi yang akurat mengenai orang – orang tanpa mengetahui lebih banyak dari pada peranan – peranan yang mereka jabat dalam sistem ini semua merupakan cara komunikasi yang berhubungan dengan organisasi sosial, sedangkan organisasi formal dibentuk untuk mengatur sistem kerja formal yang biasa disebut sebagai birokrasi, yang mana ada suatu tujuan yang ingin dicapai, peraturan – peraturan yang harus diikuti dan struktur status secara sengaja

dirancang untuk menantisipasi maupun mengarahkan interaksi dan kegiatan – kegiatan anggotanya.

Mempelajari organisasi adalah mempelajari perilaku pengorganisasian, dan inti perilaku tersebut adalah komunikasi. . Menurut Pace dan Faules, 2002: 25 menerangkan bahwa komunikasi organisasi adalah sebagai berikut :

“Komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan orang – orang. Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat”.

Analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan diantara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama, yang memiliki jenis – jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka; yang pikiran, keputusan, dan perilakunya diatur oleh kebijakan – kebijakan, regulasi, dan aturan – aturan; yang mempunyai gaya berlainan dalam berkomunikasi, mengelola, dan memimpin; yang dimotivasi oleh kemungkinan – kemungkinan yang berbeda; yang berada pada tahap perkembangan berlainan dalam berbagai kelompok; yang mempersepsi iklim komunikasi berbeda; yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dan tingkat kecukupan informasi yang berbeda pula; yang lebih menyukai dan menggunakan jenis, bentuk, dan mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan; dan yang membutuhkan penggunaan tingkat materi dan energi yang berbeda untuk berkomunikasi efektif.

“Interaksi di antara semua faktor tersebut, dan mungkin lebih banyak lagi disebut sistem komunikasi organisasi.” (Pace dan Fules, 2002:33). Menurut Goldhaber (1986) bahwa komunikasi organisasi adalah sebagai berikut :

Proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu:

1. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi orang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu prasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sipengirim.

Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan nonverbal. Klasifikasi pesan menurut penerima yang diharapkan dapat pula dibedakan atas pesan internal dan eksternal. Pesan internal khusus dipakai karyawan dalam organisasi. Sedangkan pesan eksternal adalah untuk memenuhi kebutuhan organisasi sebagai sistem terbuka yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat umum. Pesan dapat pula diklasifikasikan menurut bagaimana pesan itu disebarluaskan atau metode difusi. Kebanyakan komunikasi organisasi disebarluaskan dengan menggunakan metode “hardware” untuk dapat berfungsi tergantung kepada alat-alat elektronik dan “power”. Sedangkan pesan yang menggunakan metode “software” tergantung kepada kemampuan dan skill dari individu terutama dalam berpikir menulis, berbicara dan mendengar agar dapat berkomunikasi satu sama lain. Klasifikasi pesan yang terakhir adalah berdasarkan tujuan dari pada pengiriman dan penerimaan pesan.

Redding (Goldhaber, 1986) menyarankan ada tiga alasan umum bagi arus pesan dalam organisasi yaitu: berkenaan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi, dan kemanusiaan. Thayer mengemukakan empat fungsi khusus dari arus pesan dalam organisasi yaitu: untuk memberi informasi, untuk mengatur, untuk membujuk dan untuk mengintegrasikan. Goldhaber (1986) menggunakan tiga klasifikasi Redding ditambah dengan klasifikasi baru yaitu inovasi ini misalnya rencana baru organisasi, kegiatan baru organisasi, kegiatan baru, program baru atau pengarahan yang membangkitkan pemecahan masalah.

### 3. Jaringan

Organisasi terdiri darisatu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan seacar formal maupun tidak formal.

Faktor kedua yang mempengaruhi hakekat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaitu: komunikasi kepada bawahan, komunikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain.

### 4. Keadaan Saling Tergantung

Keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dan organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi.

### 5. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu: hubungan diantara dua orang atau dyadic sampai kepada hubungan yang kompleks, yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar, dalam organisasi.

Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi. Lain halnya dengan Pace dan Boren mereka menggunakan istilah hubungan interpersonal terhadap komunikasi yang terjadi dalam hubungan tatap muka. Dia membedakan empat macam komunikasi yaitu komunikasi dyadic (antara 2 orang), komunikasi serial yaitu komunikasi dyadic yang diperluas berupa satu seri, komunikasi kelompok kecil yaitu komunikasi antara 3-12 orang dan komunikasi "audience" atau komunikasi kelompok besar yang terdiri dari 13 orang lebih.

#### 6. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan

eksternal. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan budayanya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah-laku individu dan kelompok dalam organisasi.

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Karena lingkungan berubah-ubah, maka organisasi memerlukan informasi baru. Informasi baru ini harus dapat mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan pertukaran pesan baik secara internal dalam unit-unit yang relevan maupun terhadap kepentingan umum secara eksternal.

#### 7. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi.

Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi yang diterima daripada sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Salah satu urusan utama dari komunikasi organisasi adalah menentukan dengan tepat beberapa

banyaknya informasi yang diperkukan untuk mengurangi ketidak pastian tanpa informasi yang berlebi lebih. Jadi ketidak pastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima.

## **B. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi yaitu :

### **1. Fungsi Informatif**

Dalam Fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasidiharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijakan yang diterapkan pimpinan.

### **2. Fungsi Regulatif**

Fungsi Regulasi berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu :

- a. Atasan atau orang-orang yang berada pada puncak pimpinan (tatanan managemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.



b. berhubungan dengan pesan regulasi pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasan mengenai pekerjaannya

### 3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan, dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperhatikan kekuasaan dan wewenang.

### 4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya,2007).

## **C. Tujuan Komunikasi Organisasi**

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada di dalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli berikut ini :

1. Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi;

2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertical yang terdiri dari *downward communication* dan *upward communication* serta komunikasi horizontal. (Sinurat, 2010)

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya “Komunikasi Organisasi” tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang di inginkan.

#### **D. Arus Komunikasi Organisasi**

Arus komunikasi dalam organisasi yaitu “Arah arus komunikasi organisasi dapat dilihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping”. ( Wiryanto, 2004 : 62 )

a. Komunikasi ke Atas Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya, dari pelaksana ke manajernya. Jenis komunikasi ini mencakup, antara lain:

1. Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.
2. Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab.
3. Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran – saran perbaikan

4. Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

b. Komunikasi ke Bawah Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karyawannya merupakan komunikasi ke bawah.

c. Komunikasi Horizontal adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan pekerja. Dalam komunikasi organisasi terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunikasi organisasi, antara lain ialah :

1. Arus komunikasi vertikal

yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*). *Downward communication* yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. *Upward communication* yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

- a. Penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan
- b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
- c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan
- d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

2. Arus komunikasi horizontal, yaitu arus komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah:

- a. Memperbaiki koordinasi tugas
- b. Upaya pemecahan masalah
- c. Saling berbagi informasi
- d. Upaya pemecahan konflik
- e. Membina hubungan melalui kegiatan bersama

3. Komunikasi Diagonal merupakan komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi, misalnya seorang Anggota

komunitas sepeda mengeluhkan tentang masalah rapat mingguan kepada kepala Komunitas sepeda lainnya.

### **2.1.2.3 Tinjauan Tentang Intranet**

#### **A. Pengertian Tentang Intranet**

Menurut Turban et al. (2007) Intranet adalah desain jaringan untuk melayani kebutuhan informasi internal dari sebuah organisasi, seperti Contoh penerapan intranet bisa dilihat dalam perusahaan-perusahaan berskala menengah hingga besar. Mereka memanfaatkan jaringan intranet didalam perusahaan mereka sebagai media komunikasi yang handal. Selain perusahaan, organisasi yang memanfaatkan teknologi intranet adalah instansi-instansi, khususnya dipemerintahan, seperti Kementerian riset dan teknologi. Intranet adalah sebuah jaringan komputer yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk memakai *resource* secara bersama dan saling bertukar informasi yang menerapkan teknologi dan arsitektur internet.

Layaknya internet, intranet juga menggunakan *TCP/IP* yang memungkinkan satu komputer mengirim dan member alamat data ke komputer lain sekaligus untuk memastikan pengiriman data sampai ke tujuan dengan baik. Menurut Kurose,Keith.W. (2010) internet adalah infrastruktur jaringan yang menyediakan layanan untuk aplikasi terdistribusi, seperti *network file system*(NFS) yaitu arsitektur untuk mengakses system file melalui jaringan, dan browser. Sedangkan dari segi ilmu pengetahuan, Internet merupakan sebuah perpustakaan besar yang didalamnya terdapat jutaan (bahkan milyaran) informasi atau data yang dapat berupa *text*, *graphic*, audio maupun animasi, dan lain-lain dalam bentuk

media elektronik. Orang bisa “berkunjung” ke perpustakaan tersebut kapan saja dan dari mana saja. Selain sebagai sumber informasi, jaringan internet juga merupakan sarana komunikasi. Komunikasi yang dilakukan di internet adalah komunikasi data. Segala sesuatu yang dikirimkan melalui internet berupa teks, suara, gambar, suara dan gambar dikirim dalam bentuk data. Hal ini berarti menggunakan internet adalah mempertukarkan data-data antara dua buah komputer. Mengirim e-mail misalnya, mengirim dalam bentuk data teks. Contoh lain, jika membuka sebuah halaman web, maka sebenarnya sedang mengirimkan halaman web dengan cara mengirimkan alamat URL-nya. Kemudian komputer server halaman web tersebut akan mengirimkan halaman web yang diminta.

Perbedaan intranet dengan internet terletak pada cakupan akses dan cara pemakaian teknologi untuk berkomunikasi dengan pemakainya. Sedangkan extranet menurut Turban et al. (2007) adalah menghubungkan bagian dari intranet organisasi yang berbeda dan memungkinkan komunikasi yang aman di antara mitra bisnis melalui internet menggunakan *virtual private networks*. Extranet menggunakan protokol internet dan sistem telekomunikasi publik untuk membagi sebagian informasi bisnis atau operasi secara aman kepada penyalur (*supplier*), penjual (*vendor*), mitra (*partner*), pelanggan dan lain-lain. Extranet dapat juga diartikan sebagai intranet sebuah perusahaan yang dilebarkan bagi pengguna di luar perusahaan. Perusahaan yang membangun extranet dapat bertukar data bervolume besar dengan EDI (*Electronic Data Interchange*), berkolaborasi dengan perusahaan lain dalam suatu jaringan kerjasama seperti aplikasi yang dapat digunakan untuk extranet adalah Lotus Notes.

#### 2.1.2.4 Tinjauan Tentang Sumber Daya Manusia

##### A. Pengertian Tentang Sumber Daya Manusia

Organisasi memiliki berbagai macam sumber daya sebagai 'input' untuk diubah menjadi 'output' berupa produk barang atau jasa. Sumber daya tersebut meliputi modal atau uang, teknologi untuk menunjang proses produksi, metode atau strategi yang digurunakan untuk beroperasi, manusia dan sebagainya. Diantara berbagai macam sumber daya tersebut, manusia atau sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen yang paling penting.

Untuk merencanakan, mengelola dan mengendalikan sumber daya manusia dibutuhkan suatu alat manajerial yang disebut manajemen sumber daya manusia (MSDM).

SDM dapat dipahami sebagai suatu proses dalam organisasi serta dapat pula diartikan sebagai suatu kebijakan (*policy*). Sebagai suatu proses, Cushway (1994:13) misalnya, mendefinisikan MSDM sebagai '*Part of the process that helps the organization achieve its objectives*'. Pernyataan ini dapat diterjemahkan sebagai 'bagian dari proses yang membantu organisasi mencapai tujuannya'. Sementara itu, Schuler, Dowling, Smart dan Huber (1992:16) mengartikan MSDM dalam rumusan seperti berikut ini: *Human Resource Management (HRM) is the recognition of the importance of an organization's workforce as vital human resources contributing to the goals of the organization, and the utilisation of several functions and activities to ensure that they are used effectively and fairly for the benefit of the individual, the organization, and society*'. Pernyataan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: Manajemen Sumber Daya Manusia atau MSDM merupakan

pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang sangat penting dalam memberi kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi, dan penggunaan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa SDM tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi dan masyarakat.

### **B. Fungsi Sumber Daya Manusia**

Terdapat beberapa macam fungsi utama MSDM. Di dalam buku ini dikemukakan 5 fungsi, yaitu:

1. Perencanaan untuk kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM).
2. Staffing sesuai dengan kebutuhan organisasi.
3. Penilaian kinerja.
4. Perbaikan kualitas pekerja dan lingkungan kerja.
5. Pencapaian efektifitas hubungan kerja.

#### **2.1.2.5 Tinjauan Tentang E-office**

E-office merupakan layanan aplikasi administrasi perkantoran, korespondensi surat menyurat dinas bagi setiap karyawan perusahaan atau instansi secara elektronik. E-office tentang Time Saving and Cost Saving. Yang memiliki fungsi utama yakni penghematan waktu dalam pembuatan nota dinas dan proses delivery-nya(karena proses berupa elektronik). Selain penghematan waktu juga terjadi penghematan biaya terutama pada biaya proses delivery nota dinas dan biaya kertas yang bisa dihemat.(e-office) Kantor elektronik, atau e-office, adalah istilah yang diciptakan untuk menutupi meningkatnya penggunaan komputer berbasis teknologi informasi untuk pekerjaan kantor, terutama di tahun 1980- an. Itu adalah



kata kunci pemasaran pada saat itu, tapi sekarang tidak begitu banyak digunakan karena semua kantor modern adalah kantor elektronik.

. Dengan adanya E-office Pekerjaan kantor yang selama beberapa dekade dilakukan secara manual telah berubah menjadi elektronik bahkan beberapa sudah menerapkan E-office sebagai penggunaan teknologi komunikasi untuk menyediakan layanan administrasi perkantoran secara elektronik kepada siapa saja, dimana saja, Layanan e-Office memberikan kemudahan bagi perusahaan dan instansi dalam melakukan pengelolaan persuratan di dalam perusahaan. Tujuan dari penggunaan aplikasi E-office adalah Tujuan Implementasi E-Office. Konsep E-office yang diterapkan dianalisa berdasarkan ketersediaan data dan informasi. Konsep portal intranet harus dapat mengakomodir data yang tersedia dan dibutuhkan user. Dianalisa juga dampak penggunaan data tertentu terhadap efiseinsi proses dalam aplikasi. Berikut adalah hasil analisa kebutuhan dari pengguna.

#### **2.1.2.6 Tinjauan Tentang Karyawan**

##### **A. Pengertian Karyawan**

Karyawan merupakan aset perusahaan. Kehadiran karyawan begitu sangat penting hingga saat ini, tanpa adanya karyawan tidak akan terjadi kelancaran dan proses produksi suatu perusahaan. Menurut Undang-undang nomor 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan pasal 1 ayat 2 menyebutkan bahwa karyawan adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat, baik didalam maupun diluar hubungan kerja. Dari defenisi tersebut

maka yang dimaksud dengan tenaga kerja yang melakukan pekerjaan didalam hubungan kerja adalah tenaga kerja yang melakukan pekerjaan pada setiap bentuk usaha (perusahaan) atau perorangan dengan menerima upah termasuk tenaga kerja yang melukan pekerjaan diluar hubungan kerja. Karyawan merupakan sebuah kekayaan utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya keikutsertaan mereka, aktifitas perusahaan tidak akan terlaksana. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, system, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Hasibuan (2003), Karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Subri (2003), mengemukakan karyawan adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

#### **2.1.2.7 Tinjauan Tentang Informasi**

##### **A. Pengertian Informasi**

Informasi adalah data yang tersusun melalui proses sehingga lebih berguna, lebih memiliki nilai dan mengurangi kesalahan dalam informasi. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai informasi, penulis akan mengemukakan pengertian informasi menurut beberapa orang ahli.

Menurut Bany E Cushing (2006:8) yang telah dialih bahasakan oleh La Midjan menyatakan bahwa :

“Informasi diartikan sebagai keluaran (output) dari suatu pengolahan data yang telah diorganisir dan berguna bagi orang yang menerimanya.”

Sedangkan menurut George H. Bodnar (2006:6) yang telah dialih bahasakan oleh Amir Abadi Yusuf menyatakan bahwa :

“Informasi merupakan data yang berguna dan diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat.”

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi adalah data yang telah diolah melalui suatu proses menjadi suatu bentuk yang lebih bernilai dan berguna bagi yang menerimanya serta dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan baik pada saat ini maupun yang akan datang.

#### B. Karakteristik Informasi

Agar bermanfaat, informasi harus memiliki kualitas dan karakteristik yang dikemukakan oleh Krismiaji (2005:15) menyatakan bahwa :

- “1. Relevan
2. Dapat dipercaya
3. Lengkap
4. Tepat waktu
5. Mudah dipahami
6. Dapat diuji kebenarannya.”

Dari Keenam karakteristik diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

##### 1. Relevan

Yaitu menambah pengetahuan atau nilai bagi para pembuat keputusan, dengan cara mengurangi ketidakpastian, menaikkan kemampuan untuk memprediksi atau menegaskan / membenarkan ekspektasi semula.

2. Dapat dipercaya

Yaitu bebas dari kesalahan atau bias dan secara akurat menggambarkan kejadian atau aktivitas perusahaan.

3. Lengkap

Yaitu tidak menghilangkan data penting yang dibutuhkan oleh para pengguna informasi.

4. Tepat waktu

Yaitu disajikan pada saat yang tepat untuk mempengaruhi proses pembuatan keputusan.

5. Mudah Dipahami

Yaitu disajikan dalam format yang mudah dimengerti.

6. Dapat diuji kebenarannya

Yaitu memungkinkan dua orang yang kompeten untuk menghasilkan informasi yang sama secara independent.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

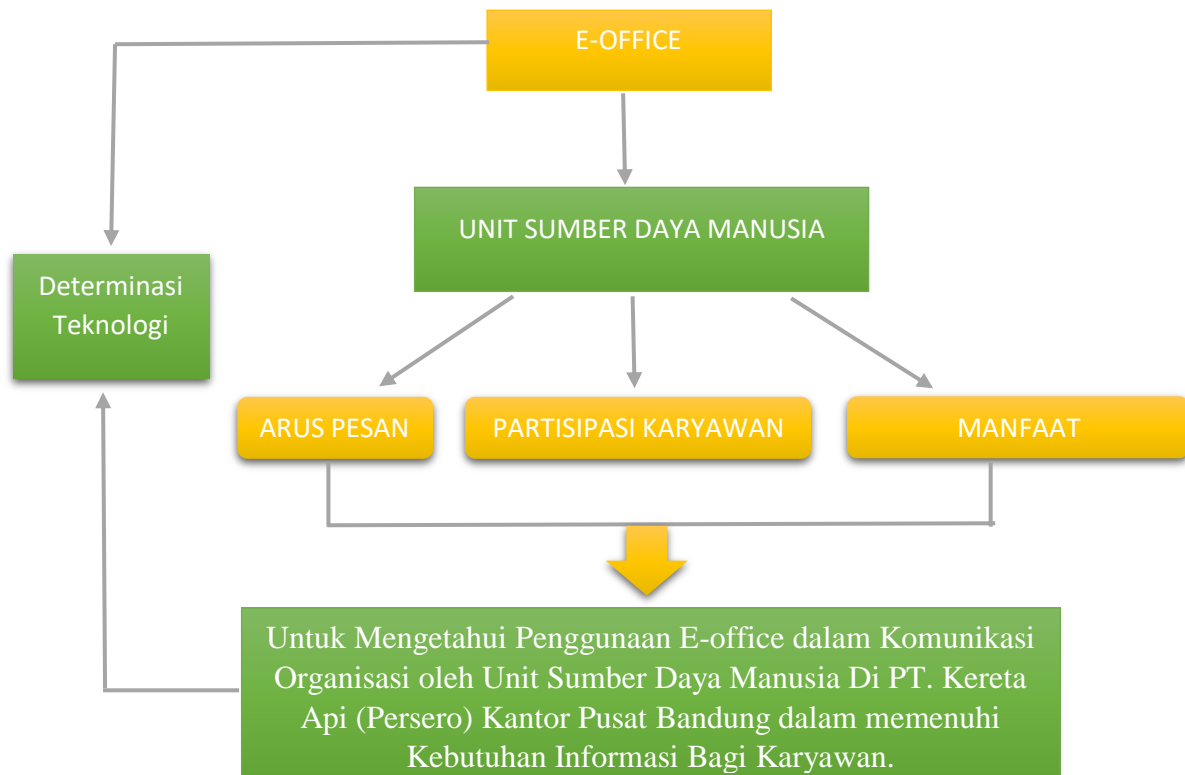
Kerangka Pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian, penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Pada kerangka pemikiran ini peneliti mengambil fokus penelitian tentang Penggunaan E-office dalam komunikasi organisasi oleh Unit Sumber Daya

Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.

**Gambar 2.1**

**Alur Pikir Peneliti**



*Sumber : Peneliti 2018*

Seperti yang telah peneliti gambarkan pada kerangka pemikiran yang telah peneliti buat, terdapat alur yang saling berhubungan dengan dimulai dari Penggunaan **E-office** dalam Komunikasi Organisasi yang di kelola Oleh **Unit Sumber Daya Manusia** yang didalamnya terdapat **Arus Pesan**, **Partisipasi Karyawan** dan **manfaat** yang menjadi sub fokus penelitian di dalam penelitian ini, hingga berujung pada tujuan mencapai Penggunaan E-office dalam Komunikasi

Organisasi oleh Unit Sumber Daya Manusia Di PT. Kereta Api (Persero) Kantor Pusat Bandung dalam memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Karyawan.