

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Sehingga peneliti mendapatkan rujukan pelengkap, pembanding, pendukung dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang Iklim Komunikasi Organisasi dan Kinerja:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Uraian</b>	Tine Agustin Wulandari Prodi Ilmu Komunikasi Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP UNIKOM	Junaid Syah Prodi Ilmu Administrasi Negara Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO	Alvis Sugiarto Prodi Ilmu Komunikasi Jurnal E-Komunikasi VOL.6 NO.2 TAHUN 2018
---------------	--	--	---

	Vol.4 No.1 Juni 2020	Vol.1 No.2 September 2020	
<b>Universitas</b>	Universitas Komputer Indonesia	STISIP Veteran Palopo	Universitas Kristen Petra Surabaya
<b>Judul Penelitian</b>	Kinerja Staf Administrasi Program Studi Di Perguruan Tinggi Swasta dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa	Iklm Komunikasi Organisasi Yang Efektif dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai pada Kantor Camat Wara Kota Palopo	Iklm komunikasi organisasi di PT. Starindo Anugerah Abadi Surabaya
<b>Tahun Penelitian</b>	2020	2020	2018
<b>Metode Penelitian</b>	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus	Metode Deskriptif Kualitatif	Metode Deskriptif Kuantitatif
<b>Tujuan Penelitian</b>	untuk memperoleh pemahaman yang mendalam	untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklim	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui iklim

	mengenai kinerja staf administrasi program studi terutama pada perguruan tinggi swasta dalam memenuhi kebutuhan mahasiswanya.	komunikasi organisasi Kantor Camat Wara Kota Palopo di dalam meningkatkan kinerja pegawainya	komunikasi organisasi PT. Starindo Anugerah Abadi Surabaya
<b>Hasil Penelitian</b>	hasil penelitian yang telah dipaparkan bahwa kesempatan berprestasi (opportunity to perform) staf administrasi program studi dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa berasal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan iklim komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Kantor Camat Wara Kota Palopo adalah komunikasi terbuka dan diterapkan dalam kegiatan rapat	Hasil penelitian yang didapat oleh peneliti menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi yang ada di PT. Starindo Anugerah Abadi adalah tinggi.

	<p>dari: peralatan kerja yaitu sarana dan prasarana yang disediakan dianggap telah memadai dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.</p> <p>Kondisi kerja staf administrasi program studi dapat dikatakan kondusif, yaitu tidak terdapat konflik yang dapat menghambat kinerja serta adanya hubungan baik dengan berbagai pihak.</p> <p>Perilaku pimpinan</p>	<p>teknis yang dilaksanakan setiap bulan, peran serta pegawai dan kerjasama antar pegawai di setiap bagian, partisipasi pegawai bertujuan untuk memberikan apresiasi bagi pegawai untuk membantu tugas pada kantor camat sedangkan kerjasama antar pegawai di Kantor Camat Wara Kota Palopo bertujuan untuk meningkatkan pergaulan antar pegawai sekaligus saling lebih</p>	
--	---	---	--

	<p>dari staf administrasi, yaitu struktural (ketua dan sekretaris) program studi cukup berdampak pada kinerjanya secara keseluruhan, tidak hanya dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.</p>	<p>mendekatkan hubungan antar pegawai sehingga tercipta kondisi yang kondusif di dalam lingkungan pekerjaan.</p>	
<p><b>Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu</b></p>	<p>Perbedaan pada Objek dan Subjek Penelitian</p>	<p>Perbedaan pada Subjek Penelitian</p>	<p>Perbedaan yang mencolok adalah peneliti menggunakan fokus iklim komunikasi</p>

Sumber: Peneliti 2022

### 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, yang berarti membuat sama (to make common). Semakin panjang usia manusia tumbuh dan hidup, maka semakin banyak pula komunikasi yang manusia itu lakukan baik dari interaksi komunikasi intrapersonal hingga komunikasi publik. Kunci dari interaksi adalah “komunikasi” karna tanpa adanya komunikasi, interaksi tidak akan pernah terjadi.

Komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Stuart dalam Vardiansyah (2004) sebagaimana dikutip oleh Surya dan Juliano dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa:

“Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa inggris, *Communicate*, berarti: (1) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan informasi (2) untuk membuat tahu (3) untuk membuat sama (4) dan untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik” (Stuart dalam Vardiansyah, 2004: 3 dalam Juliano & Surya, 2014: 65).

Seperti yang dijelaskan oleh Deddy Mulyana dibuku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Mulyana, 2014: 46) Komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan

dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa.

Komunikasi sangat penting bagi manusia dan itu tidak dapat dipungkiri lagi, begitu halnya bagi organisasi. penjelasan komunikasi tertulis di dalam buku komunikasi organisasi yang ditulis oleh Muhammad yang dijelaskan oleh Kohler (Kohler dalam Muhammad, 2007: 1) Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Dapat disimpulkan bahwa komunikan memahami pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan, apabila komunikan memahami berarti ada kesesuaian makna antara komunikan dengan komunikator, karena tidak mungkin memahami suatu isi pesan dari kedua belah pihak tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (*Communis*). Jika komunikan paham dapat diartikan menerima, maka bagi penerimannya itu perlu diberi arahan selanjutnya komunikan dimotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Penjelasan diatas jelas pada hakekatnya komunikasi adalah proses penyampaian pesan, mengubah sikap atau perilaku, dan pendapat orang lain, baik secara langsung ataupun tidak langsung melalui media komunikasi, walaupun berbeda latar belakang sosial maupun budaya.

### **2.1.2.1 Komponen Komunikasi**

Dalam komunikasi terdapat komponen-komponen yang berada di dalamnya. Dari pengertian komunikasi yang telah dijelaskan di atas tampak adanya unsur atau komponen yang di cakup, yang merupakan syarat dalam terjadinya komunikasi.

Hal ini sesuai seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku *Dinamika Komunikasi* (Effendy, 2007: 6) bahwa lingkup komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari:

1. Komunikator (Communicator): Orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan (Message): Pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan (Communican): Orang yang menerima pesan.
4. Media (Media): Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek (Effect): Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Pada intinya komunikasi tidak luput dari komponen siapa yang menyampaikan pesan, apa isi pesan tersebut, kepada siapa isi pesan tersebut disampaikan, menggunakan media apa pesan tersebut disampaikan, dan efek apa yang diperoleh. Komponen tersebut berjalan sesuai proses komunikasi dalam menyampaikan suatu gagasan.

### **2.1.2.2 Proses Komunikasi**

Proses penyampaian pesan pada dasarnya adalah kegiatan menyampaikan pesan dari perasaan atau pikiran oleh komunikator kepada



komunikasikan. Hal ini sesuai yang dijelaskan dalam buku Ilmu Komunikasi dan Praktek menurut Onong Uchjana Effendy (Effendy, 2007: 11-16)

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer, proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Dalam penggunaannya Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

### **2.1.2.3 Fungsi Komunikasi**

Begitu penting komunikasi dalam kehidupan manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi dalam kehidupan manusia. Dijelaskan menurut Harold D. Laswell dalam buku Pengantar Ilmu

Komunikasi yang ditulis oleh Cangara (Laswell dalam Cangara, 2012: 59) menjelaskan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi

Dan juga yang telah dijelaskan oleh widjaja dalam buku Ilmu Komunikasi Pengantar Studi (Widjaja, 2000: 65-66) bahwa komunikasi dipandang dalam arti luas sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

1. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan

keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan kelompok, dan individu.
8. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka

perlu agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Dari penjelasan fungsi komunikasi di atas yang telah dikemukakan oleh para ahli, maka komunikasi memiliki tujuan yang penting di dalam hidup manusia.

#### **2.1.2.4 Tujuan Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi, pasti memiliki tujuan di dalamnya. Seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Effendy, 2003: 55) bahwa tujuan komunikasi:

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

#### **2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi**

Antara komunikasi dan keberhasilan organisasi saling berhubungan, dengan memperbaiki komunikasi organisasi juga berarti memperbaiki organisasi itu sendiri. Seperti ditulis oleh

Dalam buku Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan di tulis oleh Mulyana, Pace dan Faules menjelaskan (Pace & Faules dalam Mulyana, 2006: 3) bahwa Studi komunikasi organisasi adalah studi mengenai cara orang memandang objek-objek, juga studi mengenai

objek-objek itu sendiri Yang penting adalah bahwa orang-orang yang berbeda berperilaku dengan cara-cara yang berbeda terhadap apa yang mereka anggap objek yang layak diamati, dan perbedaan-perbedaan tersebut adalah berdasarkan pada bagaimana orang-orang berpikir tentang objek-objek itu. Suatu objek sosial adalah sekadar objek yang mempunyai makna bagi suatu kolektivitas atau menuntut tindakan oleh manusia.

Menurut Goldhaber dalam buku *Organizational Communication* menjelaskan (Goldhaber, 1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut, “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata lain seperti yang jelaskan oleh Muhammad dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* (Muhammad, 2007: 67) komunikasi organisasi adalah 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.

Dari penjelasan diatas oleh sudut pandang dari para ahli mengenai komunikasi organisasi, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan menurut Muhammad dalam buku *Komunikasi Organisasi* (Muhammad, 2007: 67) bahwa:

1. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
2. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
3. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaan, hubungannya dan keterampilan/skillnya.

Di dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano Goldhaber menjelaskan (Goldhaber dalam Rismawaty et al., 2014: 204-205) bahwa ada tujuh konsep penting, yaitu:

a. Proses

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

b. Pesan

yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

c. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu 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. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi

d. Keadaan saling bergantung

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

e. 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 yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari.

f. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem.

g. Ketidakpastian

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

### **2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Menurut Liliweri seperti yang dijelaskan dalam buku Komunikasi organisasi: teori dan studi kasus (Liliweri dalam Ruliana, 2014: 373-374) bahwa ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus:

#### **1. Fungsi umum**

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan dan memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan dikerjakan dan dirasakan oleh organisasi.



- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana, memanfaatkan, sumber, daya, manusia, mesin, metode, dan teknik dalam organisasi

## **2. Fungsi khusus**

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di sebuah “komando”.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani “relasi” antara sesama bagi peningkatan produk organisasi
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani keputusan-keputusan dalam keadaan yang ambigu dan tidak pasti.

### **2.1.3.2 Arus Komunikasi dalam Organisasi**

Terdapat beberapa arus komunikasi organisasi dalam buku Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan yang ditulis oleh Pace & Faules, mengemukakan bahwa di dalam komunikasi organisasi terdapat 4 dimensi komunikasi, yaitu:

#### **1. Komunikasi ke atas**

Komunikasi ke atas (Upward Communication) adalah komunikasi yang terjadi ketika bawahan (subordinate) mengirim

pesan kepada atasannya pegawai ke kepala bidang. Pace & Faules menjelaskan bahwa (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 189) komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang rendah (bawahan) ke tingkat yang tinggi (penyelia).

Menurut Pace & Faules (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 90) Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah untuk penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan dan juga penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

1. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (job instruction).
2. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (job rationnale).
3. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (procedures and practices).
4. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

## **2. Komunikasi ke bawah**

Komunikasi ke bawah (Downward Communication) adalah komunikasi yang berlangsung ketika jajaran kepala bidang mengirimkan pesan kepada pegawai. Komunikasi kebawah yang seperti diungkapkan oleh Pace & Faules dalam buku Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan ditulis oleh Mulyana sebagaimana dikutip oleh Davis menyatakan bahwa:

“Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai; namun, dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen.” (Davis dalam Mulyana, 2013: 184).

Pace & Faules menjelaskan bahwa (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 187) Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah ini adalah: pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (job instruction), penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (job rationnale), untuk penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (procedures and practices) dan juga sebagian pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

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

### **3. Komunikasi Horizontal**

Menurut Pace & Faules menjelaskan bahwa (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013) Komunikasi Horizontal adalah komunikasi yang berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah untuk memperbaiki koordinasi tugas, sebagai upaya pemecahan masalah, saling membagi informasi, sebagai upaya pemecahan konflik dan juga untuk membina hubungan melalui kegiatan bersama.

Menurut Pace & Faules (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 195-196) menjelaskan bahwa fungsi Komunikasi Horizontal:

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

#### **4. Komunikasi lintas saluran**

Seperti yang dijelaskan dalam buku Mulyana, Pace & Faules Menjelaskan (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 197) bahwa Komunikasi lintas saluran (Interline Communication) adalah tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staf biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas.

##### **2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Organisasi**

tujuan komunikasi organisasi adalah Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk melancarkan, memudahkan, melaksanakan jalannya organisasi. Menurut Koontz tujuan komunikasi organisasi dalam buku Evaluasi Pelatihan Dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Perusahaan menjelaskan (Koontz dalam Moekijat, 1993: 15-16) bahwa dalam artian yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Tujuan komunikasi organisasi adalah, untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz (Koontz dalam Moekijat, 1993: 15-16) bahwa dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan.

Sementara itu Liliweri dalam buku Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya menjelaskan (Liliweri, 2013: 372-373) menyatakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu;

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

#### **2.1.4. Tinjauan Tentang Iklim Komunikasi Organisasi**

Iklim bisa diartikan dimana keadaan cuaca pada suatu wilayah pada saat tertentu, kondisi (sosial), suasana. Pengertian bisa dilihat dalam konteks geografis maupun konteks organisasi. dalam konteks geografis, iklim dapat diartikan sebagai keadaan cuaca dingin, kemarau, hujan, panas, iklim tropis, iklim pesisir pantai, iklim pegunungan. Dalam konteks organisasi, iklim sangat erat dalam kondisi psiko-sosial yang meliputi suatu perusahaan atau organisasi, yang dapat dipersepsikan oleh karyawan ataupun anggota organisasi suatu perusahaan atau instansi.

Iklim komunikasi berbeda tentunya dengan iklim organisasi, namun keduanya saling berhubungan sirkuler yang dimana tingkah laku komunikasi mengarah kepada perkembangan iklim itu sendiri, baik iklim organisasi maupun iklim komunikasi. Iklim komunikasi di dalam suatu organisasi secara kasat mata tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan oleh

seluruh anggota di dalamnya, hal ini dapat mempengaruhi perilaku para anggota yang berada dalam di organisasi tersebut.

Dalam buku komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pace & Faules menjelaskan (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013) bahwa:

“Iklim komunikasi organisasi merupakan gabungan-gabungan dari persepsi-persepsi -suatu-evaluasi-makro- mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersona, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut” (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 147).

Dari pernyataan yang dijelaskan diatas bisa digambarkan bahwa iklim komunikasi organisasi seperti sebuah iklim fisik gabungan dari tekanan udara, hujan, kelembaban, sinar matahari, mendung, angin dan temperatur setahun penuh yang dirata-ratakan dari serangkaian tahun, dan iklim komunikasi organisasi itu sendiri merupakan suatu citra makro gabungan dari setiap persepsi-persepsi atas unsur organisasi, diantaranya seperti; anggota didalam sebuah organisasi, kegiatan praktek-praktek pengelolaan organisasi, pekerjaan yang diemban dalam organisasi, pedoman organisasi dan struktur organisasi yang berpengaruh terhadap komunikasi organisasi. Dimana iklim komunikasi dapat berkembang dari setiap interaksi antara sifat organisasi dan sudut pandang individu atas sifat itu. Iklim ini dipandang sebagai sebuah kualitas pengalaman subjektif yang terbentuk dari persepsi atas karakter yang relatif langgeng pada organisasi. Dikutip oleh Redding dalam buku Komunikasi Organisasi Strategi

Meningkatkan Kinerja Perusahaan yang ditulis oleh Mulyana mengatakan bahwa:

“Iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka dan memberi mereka kebebasan dalam mengambil resiko; mendorong mereka dan memberi mereka tanggung jawab dalam mengerjakan tugas-tugas mereka; menyediakan informasi yang terbuka dan cukup tentang organisasi; mendengarkan dengan penuh perhatian serta memperoleh informasi yang dapat dipercayai dan terus terang dari anggota organisasi; Secara aktif memberikan penyuluhan kepada para anggota organisasi sehingga mereka dapat melihat bahwa keterlibatan mereka penting bagi keputusan-keputusan dalam organisasi; dan menaruh perhatian pada pekerjaan yang bermutu tinggi dan memberi tantangan” (Redding dalam Mulyana, 2013: 154).

Redding menjelaskan dalam buku Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan yang ditulis oleh Mulyana (Mulyana, 2013) (Redding dalam Pace & Faules, 2013) bahwa Iklim komunikasi organisasi lebih luas dari persepsi karyawan terhadap kualitas hubungan dan komunikasi dalam organisasi serta tingkat pengaruh dan keterlibatan. Iklim komunikasi organisasi dipengaruhi oleh bermacam-macam cara anggota organisasi bertingkah laku dan berkomunikasi. Iklim komunikasi penuh persaudaraan mendorong para anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota lainnya, sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota organisasi tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan dari penjelasan. Iklim komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Stinger sebagaimana



dikutip oleh Ruliana dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi organisasi: teori dan studi kasus* (Ruliana, 2014) mengatakan:

“Iklim organisasi sebagai koleksi dari pola lingkungan yang menentukan munculnya motivasi serta berfokus pada persepsi-persepsi yang masuk akal atau dapat dinilai, sehingga mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja anggota organisasi” (Stinger dalam Ruliana, 2014: 152).

Dari beberapa pernyataan diatas menurut para ahli dapat disederhanakan bahwa iklim organisasi adalah sudut pandang mengenai sejauh mana anggota organisasi merasakan bahwa organisasi dapat mendukung, terbuka, menaruh perhatian, dapat dipercaya, dan secara aktif dapat dimintai pendapat, serta memberi penghargaan atas kinerja yang baik dan mempengaruhi produktivitas, kinerja, motivasi dan kepuasan anggotanya.

Dalam buku yang ditulis oleh Mulyana yang berjudul *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Pace & Faules menjelaskan (Pace & Faules dalam Mulyana, 2013: 156) Iklim komunikasi menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan berperilaku individu anggota organisasi, keputusan- keputusan untuk melakukan pekerjaan secara efektif, bersikap jujur dalam bekerja, meraih kesempatan dalam organisasi, mendukung rekan kerja lainnya dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya. iklim yang negatif dapat benar-benar merusak keputusan yang dibuat

anggota organisasi mengenai bagaimana mereka akan bekerja dan berpartisipasi untuk organisasi.

Dapat disimpulkan bahwa iklim organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan dari pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. Pengaruh ini disepakati, dikembangkan, didefinisikan dan dikukuhkan secara keseluruhan melalui interaksi antar anggota organisasi lain. Pengaruh ini menghasilkan pedoman organisasi diantaranya keputusan-keputusan, tindakan individu yang mempengaruhi pesan mengenai organisasi.

#### **2.1.4.1 Nilai-nilai Iklim Komunikasi**

Iklim organisasi yang dirasakan anggota dalam organisasi secara menyenangkan (Positif) akan memberikan suasana kerja yang baik dan pasti dapat mempengaruhi pada keberhasilan organisasi. Setiap anggota organisasi akan dipengaruhi setiap terjadinya iklim organisasi dan mempengaruhi perilaku organisasi.

Redding menjelaskan lima faktor dalam buku yang berjudul *Organizational Communication* yang ditulis oleh Goldhaber (Redding dalam Goldhaber, 1990: 65-67) diantaranya adalah:

##### **1. Nilai dukungan**

karyawan memandang bahwa hubungan komunikasinya dengan atasan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran diri tentang

makna dan kepentingan peranannya. Dan dalam aktivitasnya, atasan dan rekan kerja selalu memberi dukungan kepada karyawan.

## **2. Nilai pengambilan keputusan yang partisipatif**

kesadaran dalam diri karyawan bahwa komunikasi dengan atasan memiliki manfaat dan pengaruh untuk didengarkan dan diperhitungkan. Atasan cukup terpelajar untuk mau mendengar bawahan-bawahannya. Dan melibatkan karyawan dalam setiap kebijakan.

## **3. Nilai Kepercayaan, Keyakinan, Keandalan**

Setiap anggota organisasi di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat nilai-nilai. Kepercayaan, Keyakinan, Keandalan yang didukung oleh pernyataan dan tindakan; menunjukkan bahwa sumber-sumber pesan maupun peristiwa komunikasi dapat diandalkan, layak dipercaya dan bebas dari manipulasi.

## **4. Nilai keterbukaan dan keterusterangan**

adanya keterbukaan dan keterusterangan penyampaian dan penerimaan pesan dalam komunikasi formal maupun informal.

## **5. Nilai tujuan kinerja yang tinggi**

tingkat kejelasan dan uraian tentang tujuan-tujuan kinerja yang dikomunikasikan dan dirasakan oleh karyawan. (Redding dalam Goldhaber, 1990 65-67).

Jika nilai-nilai membentuk sebuah iklim organisasi ke arah yang baik maka dalam sebuah organisasi pasti akan meningkatkan kualitas kinerja para anggota organisasinya.

### **2.1.5 Tinjauan Tentang Kinerja**

Dalam penjelasan buku yang berjudul Organisasi dan Manajemen yang di tulis oleh Gibson (1995) bahwa Setiap pegawai dalam organisasi dituntut untuk memberikan kontribusi positif melalui kinerja yang baik, mengingat kinerja organisasi tergantung pada kinerja pegawainya (Gibson, 1995). Gorda dalam bukunya yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia menjelaskan (Gorda, 2006: 94) kinerja adalah hasil kerja yang disumbangkan seorang karyawan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya kepada organisasi (perusahaan) yang didasarkan atas kecerdasan spiritual, intelegensia, emosional dan kecerdasan mengubah kendala menjadi peluang serta keterampilan fisik yang diarahkan kepada pemanfaatan sumberdaya yang disediakan oleh organisasi/perusahaan.

Mangkunegara menjelaskan Kinerja dalam bukunya Sumber Daya Manusia Perusahaan (Mangkunegara, 2015) bahwa Secara etimologi, kinerja berasal dari kata prestasi kerja (performance). Sebagaimana kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

### **2.1.6 Tinjauan Tentang Pegawai Negeri Sipil**

Poerwadarminta dalam bukunya Kamus Umum Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa (Poerwadarminta, 2003) Pegawai Negeri Sipil, Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, “Pegawai” berarti “orang yang bekerja pada pemerintah (perusahaan dan sebagainya) sedangkan “Negeri” berarti negara atau pemerintah, jadi PNS adalah orang yang bekerja pada pemerintah atau Negara. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 1999 Tentang Pokok-Pokok Kepegawaian, 1999) memberikan pengertian PNS adalah mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam peraturan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, diangkat oleh pejabat yang berwenang dan disertai tugas dalam suatu jabatan Negeri atau disertai tugas Negara lainnya yang ditetapkan berdasarkan sesuatu peraturan perundang-undangan dan digaji menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 1999 Tentang Pokok-Pokok Kepegawaian, 1999) bahwa:

1. Wajib setia, dan taat kepada Pancasila, UUD 1945, Negara dan Pemerintah, serta wajib menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia (Pasal 4).
2. Wajib menaati segala peraturan perundangan-perundangan yang berlaku dan melaksanakan tugas kedinasan yang dipercayakan kepadanya dengan penuh pengabdian, kesadaran, dan tanggung jawab (Pasal 5).

3. Wajib menyimpan rahasia jabatan dan hanya hanya dapat mengemukakan rahasia jabatan kepada atas perintah pejabat yang berwajib atas kuasa undang-undang (Pasal 6).

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus yang melatarbelakangi kegiatan penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan memaparkan masalah pokok peneliti. Dalam penelitian ini juga peneliti akan mencoba mengulas Iklim Komunikasi Organisasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cilegon dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai.

iklim komunikasi organisasi seperti sebuah iklim fisik gabungan dari tekanan udara, hujan, kelembaban, sinar matahari, mendung, angin dan temperatur setahun penuh yang dirata-ratakan dari serangkaian tahun, dan iklim komunikasi organisasi itu sendiri merupakan suatu citra makro gabungan dari setiap persepsi-persepsi atas unsur organisasi, diantaranya seperti; anggota didalam sebuah organisasi, kegiatan praktek-praktek pengelolaan organisasi, pekerjaan yang diemban dalam organisasi, pedoman organisasi dan struktur organisasi yang berpengaruh terhadap komunikasi organisasi. Dimana iklim komunikasi dapat berkembang dari setiap interaksi antara sifat organisasi dan sudut pandang individu atas sifat itu. Iklim ini dipandang sebagai sebuah kualitas pengalaman subjektif yang terbentuk dari persepsi atas karakter yang relatif langgeng pada organisasi.

Iklm Komunikasi organisasi adalah suatu iklim pada instansi atau perusahaan yang membuat tiap pegawai di dalam organisasi tersebut saling percaya seusai tugas pokok dan fungsi masing-masing, saling bersinergis dalam pemberian dan penerimaan informasi baik ke atas, ke bawah, ataupun horizontal. Apa bila iklim komunikasi organisasi di suatu instansi baik, maka organisasi akan terasa perbedaan kinerjanya tiap periode.

Selain itu, Redding menjelaskan lima nilai dalam buku yang berjudul *Organizational Communication* yang ditulis oleh Goldhaber (Redding dalam Goldhaber, 1990: 65-67) diantaranya adalah:

### **1. Nilai dukungan**

Bawahan percaya bahwa komunikasi dan interaksi dengan atasan mereka mencerminkan nilai saling mendukung, yang meningkatkan kesadaran akan pentingnya dan pentingnya peran mereka. Misalnya, suatu organisasi yang menghormati staf dan atasannya melalui tegur sapa. Tumbuhkan rasa hormat kepada bawahan sehingga mereka merasa berharga dan penting bagi organisasi. Dukungan juga tercermin dalam pekerjaan pegawai. Atasan perlu mendukung pekerjaan setiap bawahan. Hal ini memberikan kepercayaan kepada bawahan untuk melaksanakan pekerjaannya.

Pembahasan ini mengenai apakah saling adanya dukungan sebuah pesan antara pimpinan dan pegawai dalam menjalankan aktivitas tugasnya di lingkungan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cilegon dalam Meningkatkan Kinerja pegawai.

### **2. Nilai pengambilan keputusan yang partisipatif**

pada dasarnya menunjukkan bahwa berkomunikasi dengan atasan memiliki manfaat dan pengaruh. atasan cukup terdidik untuk mendengarkan dan ingin bawahan mendengarkan. Karyawan di semua tingkat organisasi harus diajak berkonsultasi tentang semua hal di semua bidang kebijakan organisasi yang relevan dengan posisi mereka. Karyawan di semua tingkatan membutuhkan kesempatan untuk berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen atas untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan penetapan tujuan.

Dalam pengambilan keputusan atau kebijakan apakah pimpinan melibatkan seluruh pegawai dari pengambilan keputusan, kebijakan, hingga permasalahan yang sedang di hadapi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cilegon

### **3. Nilai Kepercayaan, Keyakinan, Keandalan**

Setiap anggota organisasi di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat nilai-nilai Kepercayaan, Keyakinan, Keandalan yang didukung oleh pernyataan dan tindakan; menunjukkan bahwa sumber-sumber pesan maupun peristiwa komunikasi dapat diandalkan, layak dipercaya dan bebas dari manipulasi.

Dalam pembahasan ini membahas mengenai bagaimana pimpinan dan pegawai di lingkungan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cilegon menjalankan perannya di dalam organisasi mengenai informasi pekerjaan yang diberikan kepada staf organisasi dapat diandalkan, dapat



dilihat dari menyampaikan pesan informasi yang jelas dimengerti oleh para pegawai. Pesan tersebut dapat dilihat dari tulisan maupun lisan. Nilai kepercayaan dilihat dari atasan kepada bawahan dalam mengemban tugas, atasan memberi kepercayaan kepada bawahan akan memberi nilai positif karena merasa dipercaya seperti pegawai akan memberikan performa terbaiknya dalam menjalankan tugas karena pegawai termotivasi oleh kepercayaan yang diberikan oleh atasan.

#### **4. Nilai keterbukaan dan keterusterangan**

adanya keterbukaan dan keterusterangan penyampaian dan penerimaan pesan dalam komunikasi formal maupun informal, kecuali untuk informasi rahasia. Untuk keterbukaan informasi, pegawai harus mendapatkannya guna memperlancar aktivitas tugas yang diberikan atasan. Yang dapat mempengaruhi performa pegawai untuk mengkoordinasikan tugas pegawai dengan pegawai-pegawai lain atau bidang lainnya.

Dalam pembahasan ini mengetahui bagaimana pegawai menyampaikan informasi dan penerimaan pesan tanpa memandang lawan bicaranya adalah pimpinan maupun sesama pegawai di lingkungan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cilegon.

#### **5. Nilai tujuan kinerja yang tinggi**

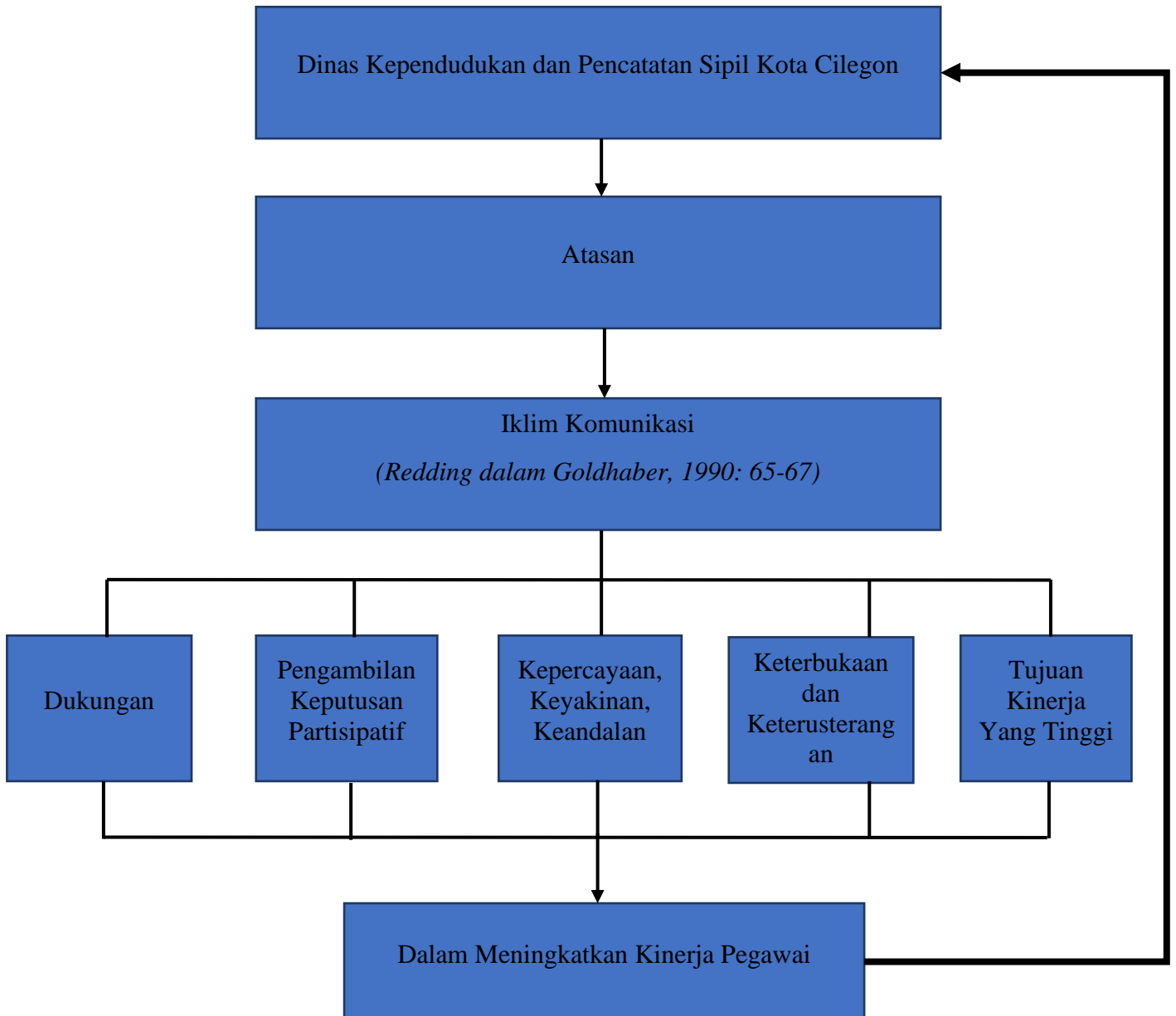
Pegawai sesuai hirarkinya harus menunjukkan suatu komitmen pada tujuan berkinerja tinggi, produktivitas yang tinggi, biaya rendah, dan juga menunjak perhatian yang besar kepada anggota organisasi. (Redding dalam Goldhaber, 1990 65-67).

Dalam pembahasan poin ini untuk mengetahui bagaimana disetiap jabatan mulai dari pimpinan hingga pegawai berkomitmen tinggi seperti pemahaman mengenai visi dan misi organisasi yang baik dapat berkaitan dengan kinerja yang diberikan oleh para staf dalam menjalankan tugas. Untuk mewujudkan visi dan misi organisasi tiap anggota organisasi harus dapat memberikan performa terbaiknya dalam menjalankan tugas guna memperoleh kinerja yang tinggi dari tiap anggota organisasi.

Jika nilai-nilai membentuk sebuah iklim komunikasi arah yang baik maka dalam sebuah organisasi pasti akan meningkatkan kinerja para anggota organisasinya. Berikut penjabaran diatas yang disederhanakan ke dalam model alur kerangka pemikiran.

Gambar 2. 1

## Alur Pikir Peneliti



Sumber: Alur Pemikiran Peneliti 2021