

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Dengan berpedoman pada judul penelitian ini, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang mengkaji hal yang sama relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti.

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian . Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan adalah sebagai berikut :

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

<b>Nama</b>	Febriyanti	Juansha Yudistira
<b>Judul Penelitian</b>	Strategi Komunikasi pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum pada Rumah Sakit Sultan DG Radja Bulukumba	Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar ( Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia)
<b>Universitas</b>	Universitas Muhammadiyah Makassar	UIN Alauddin Makassar
<b>Tahun</b>	2020	2013
<b>Metode</b>	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif
<b>Perbedaan</b>	Objek Penelitian dan teori	Objek Penelitian dan teori
<b>Hasil</b>	Adanya hambatan pada strategi komunikasi terhadap pelayanan kesehatan yakni hambatan sosiologi (fisik dan mental) serta Psikologis	Peningkatan kinerja terjadi karena nyamannya program yang ada disana dan status sosial sebagai pengajar serta upah yang sesuai sebagai bentuk kompensasi dari perusahaan serta motivasi yang diberikam

Sumber : Peneliti, Mei 2022

**Tabel 2. 2**  
**Jurnal Internasional**

<b>Nama</b>	Yudha Irawan Kusdinar dan Nela Widiastuti
<b>Judul</b>	Membangun Pola Komunikasi Berbantuan Teknologi Komunikasi “Slack”
<b>Tahun</b>	2020
<b>Universitas</b>	Universitas ARS Indonesia

Sumber : Peneliti, Mei 2022

### 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut R. Wayne Pace dalam buku komunikasi organisasi yang dikutip oleh Deddy Mulyana adalah, Komunikasi organisasi dapat

didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

### **2.1.2.1 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Fungsi Komunikasi Organisasi Fungsi arus komunikasi dalam organisasi yaitu (Wiryanto, 2005 : 52) :

- a. ***Down Ward Communication.*** Komunikasi ini berlangsung ketika orang-orang yang berada pada jajaran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsinya adalah untuk memberikan atau menyampaikan instruksi, menyampaikan informasi mengenai peraturan-peraturan, pemberian motivasi kepada karyawan, dan penyampaian informasi terhadap tugas.
- b. ***Upward Communication,*** terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi ini adalah untuk penyampaian informasi mengenai pekerjaan, dan penyampaian saran-saran informasi.
- c. ***Horizontal Communication,*** komunikasi ini berlangsung diantara karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsinya adalah untuk membina hubungan melalui kegiatan bersama dan saling berbagi komunikasi.

### **2.1.2.2 Definisi Organisasi**

Menurut Hasibuan (2013:24) organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari kelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu.

Jika organisasi dipandang sebagai sebuah proses, bentuk organisasi akan sangat dipengaruhi oleh dinamika komunikasi antar anggotanya yang terjadi dalam konteks waktu tertentu. Organisasi adalah sebuah konsep imajiner yang tidak pernah final, bergantung pada imajinasi orang-orang yang menjalakkannya. Organisasi yang dipahami sebagai proses cenderung bersifat dinamis karena ia kritis terhadap dirinya sendiri. Biasanya organisasi semacam ini lebih siap menghadapi konflik.

### **2.1.3 Hubungan Komunikasi dan Organisasi**

Jika organisasi didefinisikan sebagai sebuah struktur, konsekuensinya ia memiliki aturan-aturan yang harus diikuti oleh para anggotanya, termasuk aturan dalam komunikasi antarunit organisasi.

Dalam hal proses skalar dan dan fungsional, yang berhubungan dengan pertumbuhan vertikal dan horizontal organisasi. Proses skalar berkaitan dengan dimensi vertikal, sementara proses fungsional berhubungan dengan dimensi horizontal organisasi. Sementara itu, struktur berkaitan dengan hubungan fungsional dalam organisasi, yang terdiri atas lini dan staf. Adapun rentang pengawasan merupakan jumlah bawahan yang berada dibawah pengawasan seorang atasan. (R Wayne dan Don F Faules;2013)

## 2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

### 2.1.4.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2011:32).

Definisi lain dikemukakan oleh Stephanie K. Marrus yang dikutip Husein Umar, Strategi adalah “Sebagai proses penetapan terhadap kiat dari pihak petinggi perusahaan yang disertai dengan merancang cara untuk misi jangka panjang perusahaan agar misi tersebut dapat diraih”

Untuk lebih jelasnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell “*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect*”.

1. *Who?* (Siapakah komunikatornya?)
  2. *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakannya?)
  3. *In Which Channel?* (Media apa yang digunakannya?)
  4. *-To Whom?* (Siapa komunikannya?)
  5. *With what effect?* (Efek apa yang diharapkan?).
- (Effendy, 2011:33).

Berdasarkan definisi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi mempunyai arti yang sangat luas serta satu sama lain saling berkaitan dan saling mendukung agar terjadinya pencapaian yang maksimal dalam hal ini di Hotel Grand Viveana Bandung pada Departemen *Human Resource* untuk memotivasi kinerja karyawannya.

#### **2.1.4.2 Faktor Pendukung Strategi Komunikasi**

Menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung. Berikut ini sebagian komponen komunikasi dan faktor pendukung pada setiap komponen tersebut. (Effendy, 2003:35)

1. Mengenali sasaran komunikasi
2. Faktor situasi dan kondisi
3. Pemilihan media komunikasi
4. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
5. Peranan komunikator dalam komunikasi
6. Daya tarik sumber
7. Kredibilitas sumber

#### **2.1.4.3 Langkah-langkah Strategi Komunikasi**

Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikasi perlu ditentukan dengan langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut :

1. Mengenal Khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif, maka harus menciptakan kesamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk menyamakan kepentingan tersebut maka harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama.

## 2. Menentukan Tujuan

Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu :

- a. Memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi
- b. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan
- c. Mengevaluasi perilaku secara efektif

## 3. Menyusun Pesan

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan benar agar tepat sasaran
- b. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan
- c. Menggunakan tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama

## 4. Menetapkan Metode dan Media

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi, metode komunikasi dan media akan turut mempengaruhi penyampaian pesan.

### **2.1.4.4 Hambatan Strategi Komunikasi**

Menurut Ruslan (2003), terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:

#### **a. Hambatan dalam proses penyampaian (*process barrier*)**

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai

komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikasi dalam memahami pesan itu dengan baik. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor, feedbacknya (hasil tidak tercapai), medium barrier (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan decoding barrier (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

**b. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)**

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem penguat suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya

**c. Hambatan semantik (*semantik barrier*)**

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikasi yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang

**d. Hambatan psiko-sosial (*psychosocial barrier*)**

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga

kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

#### **2.1.5 Tinjauan Tentang Kinerja Karyawan**

Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Menurut Sinambela (2012) mengemukakan bahwa kinerja pegawai sebagai kemampuan pegawai dalam melakukan sesuatu keahlian tertentu. Kinerja karyawan sangatlah perlu, sebab dengan kinerja ini akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Untuk itu diperlukan penentuan kriteria yang jelas dan terukur serta ditetapkan secara bersama-sama yang dijadikan sebagai acuan.

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati bersama (Rivai dan Basri 2005 : 50).

Dari definisi di atas peneliti menyimpulkan bahwa kinerja sumber daya manusia adalah prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai sumber daya manusia per satuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

Supaya organisasi berfungsi secara efektif, orang-orangnya mestiah dibujuk/dipikat agar masuk dan bertahan didalam organisasi, mereka harus memberikan kontribusi spontan dan perilaku inovatif yang berada diluar tugas formal mereka.

Perusahaan yang baik harus mampu mengukur setiap kinerja karyawannya, karena hal ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah sebuah target yang diberikan perusahaan dapat dicapai atau tidak.

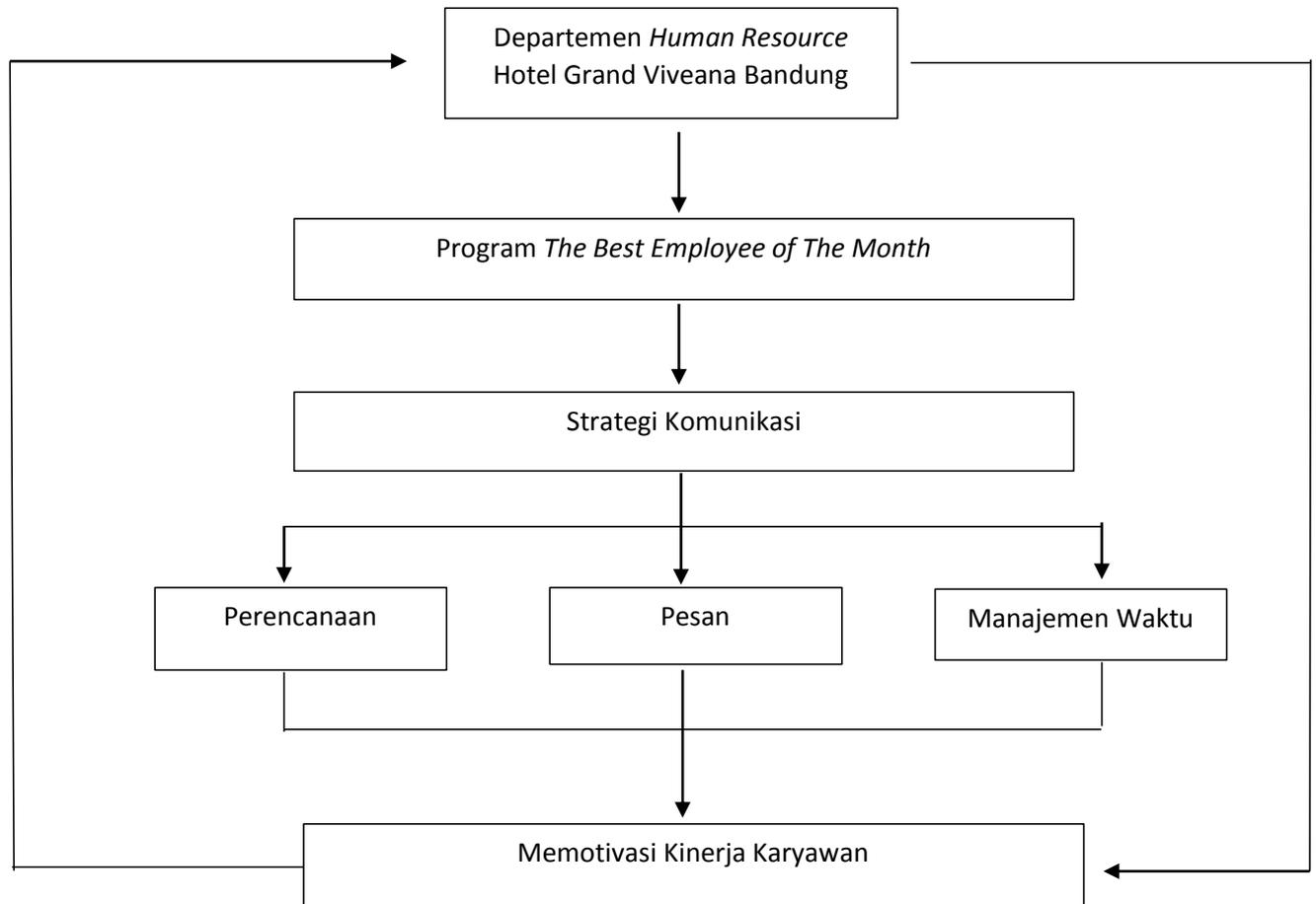
### **2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi**

Kata Komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communic*" yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico* yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Dalam hal ini, yang dibadi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.

Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*) ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8). Komunikasi sebagai suatu tindakan satu arah yaitu proses dimana pesan diibaratkan mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan (Sendjaja, 1994:178). Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai untuk suatu pesan.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Peneliti, Mei 2022*

### 2.2.1 Penjelasan Deskriptif Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pikir ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran merupakan gambaran dari alus peneliti yang digunakan selama penelitian sehingga memudahkan memetakan sebuah masalah dan meneliti permasalahan tersebut.

Pada kerangka ini peneliti menggunakan teori dari Onong Effendy tentang strategi komunikasi yakni Strategi Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2009: 300) adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Ada 3 mikro diatas sana :

1. **Perencanaan**, Menurut Rustiadi (2008:339) mengatakan bahwa perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai pada masa yang akan datang serta menetapkan tahapan-tahapan yang dibutuhkan untuk mencapainya. Pada segmen ini yakni seperti pada proses rapat awal penentuan program dan rapat bulanan untuk menentukan kandidat dan siapa yang menang

2. **Pesan**, dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000:11).

Pesan yang disampaikan akan tepat sasaran apabila memenuhi syarat yaitu:

- a. Direncanakan dengan baik dan sesuai kebutuhan
- b. Menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan
- c. Menarik minat dan kebutuhan penerima serta menimbulkan kepuasan.

Menurut A.W. Widjaja dan M.Arisyk Wahab (1987:61) terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

- a. Informatif, yaitu memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri.
- b. Persuasif, yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah.
- c. Koersif, yaitu menyampaikan pesan yang bersifat memaksa. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.

3. **Manajemen waktu**, menurut Dewi (2011:7) mengatakan bahwa manajemen waktu adalah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan produktivitas waktu. Waktu menjadi salah satu sumber daya untuk kerja.

Ciri-ciri manajemen waktu, yaitu :

- a. Jelas, dalam mengidentifikasi pekerjaan yang dilakukan. Harus terjadwal harian, mingguan atau bulanan.
- b. Realistis, dalam arti berdasarkan pemikiran dalam mengatur jadwal.
- c. Fleksibel, dibuat hendaknya dapat diubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi serta dapat mengantisipasi perubahan yang ada.
- d. Berkesinambungan, dalam arti perencanaan kegiatan berjalan terus menerus.