BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia, yang sangat mendasar. Seperti halnya, makan dan minuman, manusia, membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya, amat penting bagi kehidupan manusia, namun kita sering melupakan betapa besar peranannya.

Sejak lahir manusia, telah melakukan komunikasi, dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk membina, komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya. Dimana, komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Hal ini sesuai dengan pengertian dari komunikasi itu sendiri yaitu :

"Istilah komunikasi berasal dari perkataan bahasa, Inggris "*Communication*" yang menurut Wilbur Schramm bersumber pada istilah latin *"Communis*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama" dan menurut Sir Gerald Barry yaitu "*Communicar*e" yang berarti berercakap-cakap". Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan "kesamaan, dalam hal ini kesamaan pengertian atau makna. (Effendy:2003).

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, hampir 90% dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia selalu tetjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar. Oleh karna itu sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. la ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, Bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tabu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa, komunikasi merupakan proses penyampaian simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal. Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduanya memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan Jika disimpulkan maka komunikasi adalah suatu proses, pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. **Menginformasikan *(to inform)***

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. **Mendidik *(to educate)***

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. **Menghibur (to *entertain)***

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. **Mempengaruhi (*to influence*)**

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Wendy, 1997:36).

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki tujuan. Seperti kegiatan lainnya, komunikasi memiliki tujuan atau *destination* yang ingin dicapai oleh para pelaku komunikasi. Menurut Schramm: "Tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua persfektif yaitu: kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan". Tujuan komunikasi dilihat dari sudut kepentingan sumber atau komunikator antara lain:

a. Memberikan informasi

Komunikasi merupakan proses satu pesan yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan berupa informasi. Melalui komunikasi, pesan tersebut disampaikan komunikator kepada komunikan.

b. Mendidik

Dari sekedar memberikan informas akhirnya banyak input yang disampaikan komunikator agar komunikan menjadi lebih luas pengetahuannya.

c. Menghibur

Seorang komunikator berkomunikasi tidak semata-mata memberikan informasi dan pengetahuan melainkan juga, menghibur perasaan komunikan. Hal ini sering dilakukan untuk mengakrabkan ikatan emosional.

d. Menganjurkan suatu tindakan

Pesan yang disampaikan komunikator merupakan stimulus yang dapat menjadi acuan bagi komunikan. Komunikator dapat mempengaruhi komunikan melalui komunikasi.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*) bisa juga melalui sebuah media seperti telepon. Ciri khas komunikasi antarpribadi ini adalah sifatnya

yang dua arah atau timbal balik. (Effendy, 1986:50) adapun pengertian komunikasi antarpribadi yang diungkapkan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* bahwa "komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (1984:4).

Menurut Vandeber, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan atau perasaan. (Lliliweri, 1984:9) Effendy mengemukakan juga bahwa "pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar seorang komunikator dengan komunikan". (Liliweri, 1997:12). Pada dasarnya komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan dengan cara mengirimkan pesan dan prosesnya yang dialogis.

Seperti yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa "dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya adalah karena komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Antara komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, umpan balik berlangsung seketika dan komunikator mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan". (1993:61).

2.2.1 Faktor-faktor Pembentuk Komunikasi Antarpersonal

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya jenis komunikasi antarpribadi yang sifatnya langsung dan tatap muka antar pihak yang melaksanakan kegiatan komunikasi tersebut.

Cassagrande berpendapat, manusia berkomunikasi karena:

a. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kebahagiaan.
b. Dia ingin terlibat dalam proses perubahan.
c. Dia ingin berinteraksi hari ini dan memahami pengalaman masalalu, dan mengantisipasi masa depan.
d. Dia ingin menciptakan hubungan baru. (Liliweri, 197:45)

   Setiap orang selalu berusaha untuk melengkapi kekurangan atas perbedaan-perbedaan yang dia miliki. Perubahan tersebut terus berlangsung seiring dengan perubahan masyarakat. Manusia mencatat berbagai pengalaman relasi dengan orang lain di masa lalu, memperkirakan apakah komunikasi yang dia lakukan masih relevan untuk memenuhi kebutuhan di masa datang. Jadi, minat komunikasi antarpribadi didorong oleh pemenuhan kebutuhan yang belum atau bahkan tidak dimiliki oleh manusia.

Setiap manusia mempunyai motif yang mendorong dia untuk berusaha memenuhi kebutuhannya.

2.2.2 Jenis-jenis Komunikasi Antarpersonal

Seperti komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi pun mempunyai jenis-jenisnya yang berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain. Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa "Secara teoritis komunikasi antarpribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yakni:

1. Komunikasi Diadik *(Dyadic Communication)*

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara *intens*, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan itu.

2. Komunikasi Triadik *(Triadic Communication)* adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karena komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan, sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua faktor yang

> sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (1993:62).

Adapun ciri-ciri komunikasi anatrpribadi menurut Alo Liliweri yaitu:

1. Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
3. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja.
4. Kerapkali berbalas-balasan.
5. Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan.
6. Harus membuahkan hasil.
7. Menggunakan lambang-lambang yang bermakna.

2.2.3 Fungsi-fungsi Komunikasi Antarpersonal

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi menurut Allo Liliweri terdiri atas:

a. Fungsi sosial

Komunikasi antarpribadi secara otomatis mempunyai fungsi sosial, karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Dalam keadaan demikian, maka fungsi sosial komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

1. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan biologis dan psikologis
2. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.

3. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
4. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
5. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

b. Fungsi pengambilan keputusan.

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa manusia adalah makhluk yang dikaruniai akal sebagai sarana berpikir yang tidak dimiliki oleh semua makhluk di muka bumi. Karenanya ia mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan dalam setiap hal yang harus dilaluinya. Pengambilan keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh yang kuat dari orang lain. Ada dua aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:

1. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.
2. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.4 Lima Kualitas Umum Komunikasi Antarpersonal

Devito menjelaskan mengenai efektivitas komunikasi interpersonal dalam lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu "Keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality)." (Devito, 1997: 259).

1. Keterbukaan *(Openness)*

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti

bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya.memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan.

Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 1974). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

2. Empati (empathy)

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai ”kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain

itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3. Sikap mendukung (*supportiveness)*

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

4. Sikap positif *(positiveness)*

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif

mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan *(Equality)*

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis dari pada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dillihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain.kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan ”penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

2.3 Tinjauan *Humas*

2.3.1 Pengertian *Humas*

Menurut kamus *Fund and wagnal American standard desk dictionary* seperti yang dikutip Linggar Anggoro:

Humas adalah segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang digunakan oleh organisasi untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepak terjangnya. (Anggoro, 2000; 2).

Berbeda dengan diatas, Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A.Rusli : Humas adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan menjaga citra perusahaan atau setiap produknya. (Kotler,2000; 265).

2.3.2 Tujuan *Humas*

Menurut Oemi Abdurachman, dalam bukunya Dasar Dasar Humas, adalah "mengembangkan *Goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favourable image* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang baik dengan berbagai publik. (Abdurachman, 2001; 34). Menurut Oemi Abdurachman tujuan Humas terbagi 2, yaitu:

1. **Tujuan Internal**

   Membina hubungan baik antara manajemen dengan pegawai sehingga tercipta komunikasi timbal balik.

2. **Tujuan Eksternal**

Mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan instansi, hingga terbentuk opini publik.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan Humas adalah untuk membentuk, menciptakan, dan mempertahankan citra positif (+) dari suatu perusahaan atau organisasi.

2.3.3 Ciri Ciri *Humas*

Menurut Onong U. Effendy, dalam buku nya *Human Relations* dan *Public Relations*, ciri dari Humas adalah sebagai berikut :

1. **Humas** adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. **Humas** merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi dan publik yang menjadi sasarannya. Baik itu publik *internal* maupun publik eksternal.
3. **Operasionalisasi Humas** adalah membina hubungan yang baik dan harmonis dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi ataupun dari pihak luar. (Effendy,1999; 31).

2.3.4 Fungsi Humas

Fungsi Humas menurut Cultip & Center and Canfield Ruslan Rosady dalam bukunya "*Manajemen PR* dan Media Komunikasi", fungsi humas yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2006 : 19).

Dari penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan mengenai peranan humas pada intinya adalah sebagai penghubung perusahaan yang diwakilinya dengan publik, sebisa mungkin terus membina hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan, serta menciptakan citra positif bagi perusahaan.

2.4 Tinjauan Tentang Family Gathering

Family Gathering adalah kegiatan humas yang diselenggarakan oleh suatu unit kerja baik di suatu perusahaan, maupun lembaga / instansi pemerintahan yang dilakukan di suatu tempat terbuka baik berupa kegiatan santai ataupun game (permainan) yang bertujuan untuk menciptakan suatu

kebersamaan antar karyawan yang mana di dalamnya banyak sekali tejadi hubungan komunikasi antarpersonal tanpa melihat kedudukan / jabatan sekalipun, berupa komunikasi dua arah untuk berdialog, dalam rangka menyamakan persepsi, konsepsi, dan koordinasi untuk melakukan langkah selanjutnya. Adapun Kegiatan *Family Gathering* yang dilakukan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat seperti Kegiatan Outbond, Pengajian, Jumat santai, pisah sambut pejabat dan berlibur ke luar kota. Kegiatan *family gathering* yang dinilai **paling berpengaruh dalam meningkatkan kinerja karyawan di lingkungan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat** adalah kegiatan **Outbond**, kegiatan ini biasa dilakukan di Cikole Lembang maupun di Garut setiap 4 bulan sekali, kegiatan **outbond** ini merupakan kegiatan yang didalamnya diisi dengan acara dan jenis aktivitas yang sifatnya game / permainan yang bersifat penuh dengan tantangan yang harus dilalui dan dilewati oleh karyawan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat, bagaimana setiap karyawan dilatih untuk saling membantu dan bekerjasama dalam menghadapi setiap rintangan yang ada, dan kemudian hasil kebersamaan dan semangat dari kegiatan **outbond** tersebut dapat di aplikasikan dalam dunia kerja di Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat dan menghasilkan suatu kinerja yang baik dari setiap karyawannya.

2.5 Tinjauan Tentang Kinerja Karyawan

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja karyawan merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasikan kepada

pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional. Individu yang memiliki kinerja yang tinggi memiliki beberapa karakteristik, yaitu diantaranya :

1. Berorientasi pada prestasi
2. Memiliki percaya diri
3. Berpengendalian diri
4. Kompetensi

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja :

1. Kinerja baik dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor :
   a) Internal (pribadi)
      - Kemampuan tinggi, cerdas dalam berfikir
      - Kerja keras
   b) Eksternal (lingkungan)
      - Pekerjaan mudah
      - Nasib baik
      - Bantuan dari rekan-rekan
      - Pemimpin yang baik

2. Kinerja yang buruk dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor :

   a) Internal (pribadi)

      - Kemampuan rendah

      - Upaya sedikit (tidak kreatif)

   b) Eksternal (lingkungan)

      - Pekerjaan sulit

      - Nasib buruk

      - Rekan-rekan kerja yang tidak produktif

      - Pemimpin yang kurang simpatik

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa kinerja merupakan kualitas dan kuantitas dari suatu hasil kerja (output) individu maupun kelompok dalam suatu aktivitas tertentu yang diakibatkan oleh kemampuan alami atau kemampuan yang diperoleh dari proses belajar serta keinginan untuk berprestasi, yang mana suatu prestasi itu akan menghasilkan suatu kepuasan tersendiri untuk dirinya maupun perusahaan tempatnya bekerja. Dalam meraih suatu kepuasan kerja, diperlukan suatu evaluasi yang lebih dikenal dengan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja

Merupakan metode mengevaluasi dan menghargai kinerja yang paling umum digunakan. Dalam penilaian kinerja melibatkan komunikasi

dua arah yaitu antara pengirim pesan dengan penerima pesan sehingga komunikasi dapat berjalan dengan baik. Penilaian kinerja dilakukan untuk memberi tahu karyawan apa yang diharapkan pengawas untuk membangun pemahaman yang lebih baik satu sama lain. Penilaian kinerja menitik beratkan pada penilaian sebagai suatu proses pengukuran sejauh mana kerja dari orang atau sekelompok orang dapat bermanfaat untuk mencapai tujuan yang ada.

Metode Penilaian Kinerja

1. Metode Tradisional

   Metode ini merupakan metode tertua dan paling sederhana untuk menilai prestasi kerja dan diterapkan secara tidak sistematis maupun sistematis. yang termasuk ke dalam metode tradisional adalah :

   a. Rating Scale

   Metode ini merupakan metode penilaian yang paling tua dan banyak digunakan, dimana penilaian yang dilakukan oleh atasan atau supervisor untuk mengukur karakteristik, misalnya mengenai inisitaif, ketergantungan, kematangan, dan kontribusinya terhadap tujuan kerjanya.

   b. Employee Comparation

   Metode ini merupakan metode penilaian yang dilakukan dengan cara membandingkan antara seorang pegawai dengan pegawai lainnya. Metode ini terdiri dari :

1. Alternation Ranking

   Metode penilaian dengan cara mengurutkan peringkat (*ranking*) pegawai dimulai dari yang terendah sampai yang tertinggi berdasarkan kemampuan yang dimilikinya.

2. Paired Comparation

   Metode penilaian dengan cara seorang pegawai dibandingkan dengan seluruh pegawai lainnya, sehingga terdapat berbagai alternatif keputusan yang akan diambil. Metode ini dapat digunakan untuk jumlah pegawai yang relatif sedikit.

3. Porced Comparation

   Metode ini sama dengan *paired comparation*, tetapi digunakan untuk jumlah pegawai yang relative banyak.

c. Check List

Metode ini hanya memberikan masukan / informasi bagi penilaian yang dilakukan oleh bagian personalia.

d. Freeform Essay

Dengan metode ini seorang penilai diharuskan membuat karangan yang berkenaan dengan orang / karyawan / pegawai yang sedang dinilainya.

e. Critical Incident

Dengan metode ini penilai harus mencatat semua kejadian mengenai tingkah laku bawahannya sehari-hari yang kemudian dimasukan kedalam buku catatan khusus yang terdiri dari

berbagai macam kategori tingkah laku bawahannya. Misalnya mengenai inisiatif, kerjasama, dan keselamatan.

2. Metode Modern

Metode ini merupakan perkembangan dari metode tradisional dalam menilai prestasi kerja.

a. Assessment Centre

Metode ini biasanya dilakukan dengan pembentukan tim penilai khusus. Tim penilai khusus ini bisa dari luar, dari dalam, maupun kombinasi dari luar dan dari dalam.

b. Management by Objective

Metode ini pegawai langsung diikutsertakan dalam perumusan dan pemutusan persoalan dengan memperhatikan kemampuan bawahan dalam menentukan sasarannya masing-masing yang ditekankan pada pencapaian sasaran perusahaan.

c. Human Asset Accounting

Metode ini, faktor pekerja dinilai sebagai individu modal jangka panjang sehingga sumber tenaga kerja dinilai dengan cara membandingkan terhadap variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan.

Tujuan Penilaian Kinerja

1. Evaluasi yang menekankan perbandingan antar-orang.
2. Pengembangan yang menekankan perubahan-perubahan dalam diri seseorang dengan berjalannya waktu.

3. Pemeliharaan sistem.

4. Dokumentasi keputusan-keputusan sumber daya manusia bila terjadi peningkatan.

Manfaat Penilaian Kinerja

1. Manfaat bagi karyawan yang dinilai

    a. Meningkatkan motivasi.

    b. Meningkatkan kepuasan hidup.

    c. Adanya kejelasan standard hasil yang diterapkan mereka.

    d. Umpan balik dari kinerja lalu yang kurang akurat dan konstruktif.

    e. Pengembangan tentang pengetahuan dan kelemahan menjadi lebih besar, membangun kekuatan dan mengurangi kelemahan semaksimal mungkin.

    f. Adanya kesempatan untuk berkomunikasi ke atas .

    g. Peningkatan pengertian tentang nilai pribadi.

    h. Kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan pekerjaan dan bagaimana mereka mengatasinya.

    i. Adanya pandangan yang lebih jelas tentang konteks pekerjaan.

    j. Kesempatan untuk mendiskusikan cita-cita dan bimbingan apa pun dorongan atau pelatihan yang diperlukan untuk memenuhi cita-cita karyawan.

k. Meningkatkan hubungan yang harmonis dan aktif dengan atasan.

2. Manfaat bagi penilai (supervisor / manager)

a. Kesempatan untuk mengukur dan mengidentifikasikan kecenderungan kinerja karyawan untuk perbaikan manajeman selanjutnya.

b. Kesempatan untuk mengembangkan suatu pandangan umum tentang pekerjaan individu dan departemen yang lengkap.

c. Memberikan peluang untuk mengembangkan sistem pengawasan baik untuk pekerjaan manajer sendiri, maupun pekerjaan dari bawahannya.

d. Identifikasi gagasan untuk peningkatan tentang nilai pribadi.

e. Peningkatan kepuasan kerja.

f. Pemahaman yang lebih baik terhadap karyawan, tentang rasa takut, rasa grogi, harapan, dan aspirasi mereka.

g. Meningkatkan kepuasan kerja baik terhadap karyawan dari para manajer maupun dari para karyawan.

h. Kesempatan untuk menjelaskan tujuan dan prioritas penilai dengan memberikan pandangan yang lebih baik terhadap bagaimana mereka dapat memberikan kontribusi yang lebih besar kepada perusahaan.

i. Meningkatkan rasa harga diri yang kuat diantara manajer dan juga para karyawan, karena telah berhasil mendekatkan ide dari karyawan dengan ide para manajer.

j. Kesempatan bagi para manajer untuk menjelaskan pada karyawan apa yang sebenarnya diingikan oleh perusahaan dari para karyawan sehingga para karyawan dapat mengukur dirinya, menempatkan dirinya, dan berjaya sesuai dengan harapan dari manajer.

k. Sebagai media untuk menigkatkan interpersonal relationship atau hubungan antara pribadi antara karyawan dan manajer.

l. Dapat sebagai sarana menimgkatkan motivasi karyawan dengan lebih memusatkan perhatian kepada mereka secara pribadi.

m. Merupakan kesempatan berharga bagi manajer agar dapat menilai kembali apa yang telah dilakukan sehingga ada kemungkinan merevisi target atau menyusun prioritas kembali.

n. Bisa mengidentifikasikan kesempatan untuk rotasi atau perubahan tugas karyawan.

3. Manfaat bagi perusahaan

a. Perbaikan seluruh simpul unit-unit yang ada dalam perusahaan karena :

1. Komunikasi menjadi lebih efektif mengenai tujuan perusahaan dan nilai budaya perusahaan.
2. Peningkatan rasa kebersamaan dan loyalitas.
3. Peningkatan kemampuan dan kemauan manajer untuk menggunakan keterampilan dan keahlian memimpinnya untuk memotivasi karyawan dan mengembangkan kemauan dan keterampilan karyawan.

b. Meningkatkan pandangan secara luas menyangkut tugas yang dilakukan oleh masing-masing karyawan.
c. Meningkatkan kualitas komunikasi.
d. Meningkatkan motivasi karyawan secara keseluruhan.
e. Meningkatkan keharmonisan hubungan dalam pencapaian tujuan perusahaan.
f. Peningkatan segi pengawasan melekat dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh setiap karyawan.
g. Harapan dan pandangan jangka panjang dapat dikembangkan.
h. Untuk mengenali lebih jelas pelatihan dan pengembangan yang dibutuhkan.
i. Kemampuan mengenali setiap permasalahan.
j. Sebagai sarana penyampaian pesan bahwa karyawan itu dihargai oleh perusahaan.
k. Budaya perusahaan menjadi mapan. Setiap kelalaian dan ketidakjelasan dalam membina sistem dan prosedur dapat dihindarkan dan kebiasaan yang baik dapat diciptakan dan

dipertahankan. Berita baik bagi setiap orang dan setiap karyawan akan mendukung pelaksanaan penilaian kinerja, mau berpartisipasi secara aktif dan pekerjaan selanjutnya dari penilaian kinerja akan menjadi lebih baik.

l. Karyawan yang potensil dan memungkinkan untuk menjadi pimpinan perusahaan atau sedikitnya yang dapat dipromosikan menjadi lebih mudah terlihat, mudah diidentifikasikan, mudah dikembangkan lebih lanjut, dan memungkinkan peningkatan tanggung jawab secara kuat.

m. Jika penilaian kinerja ini telah melembaga dan keuntungan yang diperoleh perusahaan menjadi lebih besar, penilaian kinerja akan menjadi salah satu sarana yang paling utama dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

2.6 Kerangka Pemikiran

2.6.1 Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Antar Personal Humas Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan *Family Gathering* dalam meningkatkan kinerja karyawannya. Memahami komunikasi dan hubungan antar pribadi dari sudut pandang individu adalah menempatkan pemahaman mengenai komunikasi di dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan dimana dia terlibat di dalamnya. Karena pemahaman tersebut bersifat sangat pribadi dan sangat bermakna bagi individu, maka

pemahaman psikologis acap kali dianggap sebagai makna yang sesungguhnya dari suatu hubungan antar pribadi.

Dengan melalui kegiatan *Family Gathering* dirasa dapat mengetahui kondisi psikologis dari setiap individu, program dari kegiatan humas tersebut dinilai paling ampuh dalam menciptakan suatu hubungan komunikasi yang efektif, karena didalamnya banyak terjadi interaksi antarpersonal dari setiap individu.

Komunikasi Antarpersonal akan efektif jika komunikator dan komunikan merasa senang dalam komunikasi tersebut. Jika komunikasi didasarkan pada suka sama suka maka interaksi antara keduanya akan berjalan lancar dan tidak akan mengalami kekeliruan atau kesalahpahaman.

Agar komunikasi efektif, proses penyandian oleh komunikator harus bertautan dengan proses pengawasandian oleh komunikan. Menurut Wlbur Schramm yang dikutip oleh Onong uchjana effendi bahwa:

"Pesan sebagai tanda esensial yang harus dikenal oleh komunikan. Semakin tumpang tindih bidang pengalaman (*field of experience*) komunikator dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang disampaikan". (Effendy, 1991:19).

Komunikasi dapat dikatakan efektif jika:

1. Pesan yang diterima sangat dekat dengan pesan yang dikirim.
2. Tindakan berkomunikasi menggunakan jumlah lambang minimum untuk pesan itu.

3. Pesan-pesan bukan-verbal selaras dengan pesan yang verbal.
4. Pesan itu mendatangkan jawaban yang diinginkan.
5. Komunikasi itu menghasilkan hubungan saling mempercayai antar pengirim dan siteralamat.

(Pareek, 1984:69-70)

Mengacu pada konsep Devito tentang lima kualitas komunikasi interpersonal dari sudut pandang humanistik bahwa:

"Untuk menciptakan komunikasi Antarpersonal yang efektif dalam sebuah hubungan yang jelas, harus terdapat 5 kualitas umum yang harus dimiliki komunikator, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*suppotiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*)". (Devito, 1997:259).

1. Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya.memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara

terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidak sependapatan jauh lebih menyenangkan. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggung jawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

2. Empati (*empathy*)

Empati sebagai kemampuan seseorang untuk "mengetahui" apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh

perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

4. Sikap positif (*positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi anterpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan antarpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

Komunikasi Antarpersonal, sama seperti bentuk perilaku, dapat berjalan sangat efektif. Semua tergantung dengan seberapa tinggi tingkat itensitas hubungan dan perjumpaan yang dilakukan didalamnya.

Menurut joseph A. Devito dalam bukunya, komunikasi antarpersonal adalah:

"Komunikasi Antarpersonal adalah "proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan berbagai efek dan beberapa umpan balik seketika" (*The process of sending and receiving messages between two persons, or*

among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback). (Devito 1984 :4)".

Dalam komunikasi antarpersonal hubungan yang terjadi antar komunikan dan komunikator terdapat beberapa elemen yaitu:

1. Konteks, adalah pengaruh lingkungan pada saat berlangsungnya komunikasi, minimal ada empat macam konteks yaitu kontak fisik, sosial, psikologis, dan waktu.
2. Ruang lingkup pengalaman, berkaitan dengan pengetahuan, kepribadian dan sikap individu.
3. Umpan balik, adalah respon dari pesan yang menghasilkan efek.
4. Efek, berkaitan dengan sikap dan tindakan yang dihasilkan.

Proses komunikasi Antarpersonal yang melibatkan pribadi-pribadi (komunikan) secara langsung dan utuh antara satu dengan yang lainnya dalam penyampaian dan penerimaan pesan. Komunikasi Antarpersonal terjadi secara timbal balik, sehingga bilamana komunikator menyampaikan pesan maka komunikator bisa langsung mengetahui reaksi komunikan pada saat itu pula, dengan begitu pula sebaliknya jawaban atau reaksi dari komunikan akan menjadi arus balik dan pada saat itu komunikan berubah menjadi komunikator.

Oleh Karena komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah umpan balik yang berlangsung seketika (*immediate feedback*). Artinya jika respon tanggapan komunikan positif terhadap pesan, maka terjadi perubahan sikap, kepercayaan, dan prilaku pada komunikan. Respon terhadap pesan bisa diketahui langsung dari komunikan, baik raut muka,

gaya dan perasaannya, sehingga jika tanggapan komunikan negatif terhadap pesan, maka kita bisa langsung mengubah gaya penyampaian kita selanjutnya.

2.6.2 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Aplikasi Komunikasi Antarpersonal Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat



Sumber : Peneliti 2012

Berdasarkan gambar di atas dalam kerangka teoritis dapat di katakan bahwa Komunikasi Antarpersonal dalam Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat melalui *Family Gathering* yang dilakukan oleh divisi humas, dirasakan sangat penting dan bermanfaat bagi karyawan Badan Narkotika

Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan kinerja karyawan di Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat.

Tentunya dalam sebuah instansi / lembaga yang besar, pentingnya seorang Humas dalam meningkatkan suatu hubungan yang baik itu sangat penting baik dalam hal apa saja, seperti pentingnya kegiatan *Family Gathering*, dimana disaat para karyawan lelah dan penat dengan kesibukan pekerjaanya, disini seorang Humas dituntut untuk mengadakan kegiatan positif yaitu *Family Gathering*, dimana *family gathering* dianggap kegiatan yang sukses dalam membina hubungan yang baik antar karyawan dan dapat pula menumbuhkan semangat baru demi meningkatkan kinerja para karyawan, dan dinilai sangat bermanfaat bagi tiap karyawan dimana dalam kegiatan itu banyak terjadi interaksi komunikasi antarpersonal di lingkungan karyawan Perusahaan atau Instansi tanpa pandang kedudukan dan jabatan. Dalam hal Humas pada Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat sudah melakukan Komunikasi Antapersonal melalui kegiatan *Family Gathering* yang dimana dalam melakukan Komunikasi Antarpersonal dapat menumbuhkan suatu hubungan yang baik dan meningkatkan kinerja karyawannya, hal ini dilakukan agar antara setiap para karyawan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat dapat bekerja sama dengan baik dalam melakukan pekerjaan di dalam Instansi / Lembaga.

Melihat dari teori diatas, jika dikaitkan dengan penelitian dengan yang peneliti buat dapat dikatakan bahwa pengaruh dari seorang humas di Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat sangat diperlukan dalam membangun hubungan yang baik antar karyawan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat

dalam hal melakukan suatu pekerjaan dalam perusahaan agar setiap karyawan mempunyai sikap yang baik sesama karyawan, sehingga pekerjaan tersebut dapat di kerjakan dengan baik supaya memperoleh hasil yang baik pula dalam instansi / lembaga.

Humas Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan *family gathering* telah menjalankan komunikasi yang sesuai dalam meningkatkan kinerja karyawannya yakni dengan menggunakan Komunikasi Antar Personal. Dimana Humas tersebut melakukan suatu bentuk komunikasi melalui percakapan secara langsung antara Pimpinan Humas dengan karyawan agar terbentuk suatu keharmonisan di antara sesama karyawan demi menciptakan situasi yang kondusif serta membentuk suatu hasil kerja yang baik dan positif di lingkungan Badan Narkotika Provinsi Jawa Barat.