BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologi, komunikasi yang berasal dari bahasa inggris *communication* dan bahasa latin *communicato* yang bersumber dari kata communis yang berarti sama, dalam hal makna dan arti. Jadi, apabila terdapat duo orang sedang melakukan percakapan, selama terdapat kesamaan makna antara komunikator dan komunikandapat dikatakan sebagai komunikasi. Bahasa yang sama bukan merupakan jaminan agar komunikasi terjadi. Walaupun antara komunikator dan komunikan menggunakan bahasa yang sama, tetapi memiliki makna yang berbeda maka hal itu belum dapat dikatakan komunikatif **(Effendy, 2003 : 9)**

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain – lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian, keragu – raguan,

kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. (Effendy, 2003 : 11).

Dari hakikat proses komunikasi diatas, dapat disimpulkan tentang komunikasi adalag sebagai berikut :

> Menurut Schramm, mendefinisikan komunikasi, yaitu : " proses penggunaan pesan oleh dua orang atau lebih, dimana semua pihak saling berganti dua peran, sebagai pengirim dan penerima pesan, sampai ada saling pemahaman atas pesan yang disampaikan oleh semua pihak."**(Soemira, Satri dan Suryana, 2004 : 1.16).**

Sedangkan menurut Carl I . Hovland, " Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asa – asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap." (Effendy, 2003 : 10).

2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut Mc Quail dan Windahl, bahwa komunikasi berkaitan erat dengan unsure – unsur sebagai berikut :

> *Sender a channel, a message, a receiver, a relationship between sender and receiver, an effect, a context in which communications occurs and a range of things to which ' message ' refer. Sometimes, communications can be any or all the following : actions on another, an interaction with others and reaction to other.* (pengirim media saluran, pesan, penerima dan terjadi hubungan antara pengirim dan penerima yang menimbulkan efek tertentu, atau kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan suatu hal dalam rangkaian penyampaian pesan – pesan. Kadang – kadang, komunikasi dapat terjadi pada seseorang atau semuanya, mulai dari yang melakukan aksi kepada lainnya atau terjadi interaksi dan reaksi dari satu pihak kepada pihak lainnya. (Ruslan, 2004 : 90).

Dari penjelasan unsur – unsure komunikasi diatas, dapat diuraikan menjadi

- Sender : Komunikator, yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
- Encoding : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran dalam bentuk lambang
- Message : pesan, yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
- Media : Saluran komunikasi, tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
- Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan komunikator kepadanya
- Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator
- Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah di terpa pesan
- Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
- Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (Effendy, 2001 : 8).

Dalam komunikasi efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawasandi pesan. Komunikator harus mengirim pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran. (Effendy, 2003 : 19).

2.1.3 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak pernah dari suatu proses, olehkarena itu apakah pesan dapat tersampaikan atau tidak tergantung dari proses komunikasi yang terjadi. Rosady Ruslan dalam bukunya Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, menyatakan bahwa :

> Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan – pesan (*message*) dari pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feedback) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak. “ (Ruslan, 2004 : 69).

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Segala kegiatan yang dilakukan terdapat tujuan yang mengiringinya, begitu juga dengan komunikasi, mempunyai tujuan yang menjadi dasar untuk apa komunikasi tersebut dilakukan. Seperti yang dinyatakan oleh Wilbur Schramm, yaitu :

Tujuan komunikasi dapat dilihat dua perspektif kepentingan yakni : kepentingan sumber / pengirim / komunikator dan kepentingan penerima /

komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut ;

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber	Tujuan komunikasi dari sudut pandang kepentingan penerima
1. Memberikan informasi	1. Memahami informasi
2. Mendidik	2. Mempelajari
3. Menyenangkan / menghibur	3. Menikmati
4. Menganjurkan suatu tindakan / persuasi	4. Menerima / menolak anjuran

(Sendjaja, 2004 : 2.19).

2.1.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan – tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah terntu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (Cangara, 2005 : 55).

Fungsi komunikasi yang diantaranya sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertaint*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

(Effendy, 2003 : 55).

2.1.6 Teknik Komunikasi

Berdasarkan keterampilan komunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi :

a. Komunikasi Informatif *(Informative Communication)*
b. Komunikasi Persuasif *(Persuasive Communication)*
c. Komunikasi Pervasif *(Pervassive Communication)*
d. Komunikasi Koersif *(Coersive Communication)*
e. Komunikasi Instruktif (Instructive Communication)
f. Hubungan Manusiawi *(Human Relations)*

(Effendy , 2003 : 55).

2.2 Tinjauan Tentang Pengaruh

Menurut Stuart yang dikutip oleh Hafied Cangara, menyatakan bahwa :

" pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan." (Cangara, 2002 : 163).

Sementara itu, dalam kamus Besar Bahasa Indonesia Revisi Kedua yang dikeluarkan DepDikBud mendefinisikan " pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. **(DepDikBud, 2000 : 747).**

Sementara itu, pengaruh dapat dirumuskan sebagai berikut :

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengaruh dapat dikatakan mengena jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator (P = T), atau seperti rumus yang dibuat oleh Janis (1989), yakni pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media, dan penerima (P = S/M/P). (Cangara, 2002 : 163).

Dari ketiga penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi, pengaruh merupakan salah satu unsure yang sangat penting keberadaanya. Siapapun, baik orang, lembaga, maupun institusi, bermaksud untuk memberikan pengaruh kepada lawan bicara atau komunikan melalui pesan yang ia sampaikan.

Komunikasi dikatakan berhasil apabila pengaruh yang diberikan dapat merubah komunikasi, baik dalam aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik, sesuai dengan yang diharapkan komunikator.

Pada aspek kognitif, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan pendapat. Sedangkan aspek afektif, terjadi apabila terdapat perubahan penilaian terhadap suatu objek yang berkaitan dengan perasaan karena informasi yang lebih baru. Adapun pada aspek psikomotorik, komunikasi yang berpengaruh dapat dilihat apabila terjadi perubahan pada perilaku diri komunikan.

2.3 Tinjauan tentang Komunikasi Antar Pribadi

2.3.1 Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi antar dua orang dan dapat berlangsung dengan cara tatap muka atau melalui media. Pengertian komunikasi antar pribadi (*Interpersonal Communication*) menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip dari Joseph A. Devito sebagai berikut :

" Proses pengiriman dan penerimaan pesan – pesan antara dua orang atau diantara kelompok kecil orang – orang, dengan beberapa elemen dan beberapa umpan balik seketika." (Effendy, 2003 : 60). Sedangkan menurut Alo Liliweri didalam bukunya menyatakan bahwa Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan seorang komunikan.

Jenis Komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat / perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis. Sifat dialogis itu ditunjukkan melalui komunikasi lisan dalam percakapan yang menampilkan arus balik yang langsung.

Proses pengalihan informasi pada komuniaksi antar pribadi selalu mengandung pengaruh tertentu, proses pengaruh tersebut merupakan suatu proses yang bersifat psikologis yang pada gilirannya membentuk proses sosial. Hal ini mengandung arti bahwa, komunikasi antar pribadi

mempunyai keunikan karena, selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis, dan proses psikologis selalumengakibatkan keterpengaruhan.

2.3.2 Unsur – unsur Komunikasi Antar Pribadi

Beberapa unsur yang harus dimiliki oleh setiap bentuk komunikasi termasuk Komunikasi Antar Pribadi antara lain :

1. Kontek
2. Komunikator
3. Komunikan
4. Pesan
5. Saluran
6. Gangguan
7. Umpan Balik
8. Model Proses

2.3.3 Ciri - ciri Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Joseph A. De Vito yang di kutip Alo Liliweri menyatakan bahwa ciri – ciri Komunikasi Antar Pribadi adalah sebagai berikut :

1. Keterbukaan (*Opennes*)
2. Empati (*Emphaty*)
3. Dukungan (*Suportiveness*)
4. Perasaan Positif (*Positiveness*)
5. Kesamaan (*Equality*)

2.3.4 Jenis – Jenis Komunikasi Antar Pribadi

Secara teoritis Komunikasi Antar Pribadi di klasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya :

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communications*)

   Komunikasi diadik adalah Komunikasi Antar Pribadi yang berlangsung antara dua orang yakni seorang adalah komunikator yang meyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan, oleh Karena itu, pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya kepada diri komunikan seorang itu.

2. Komunikasi Triadik (*Tryadic Communication*)

   Komunikasi triadik adalah Komunikasi Antar Pribadi 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 kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. **(Effendy, 2003 ; 62 – 63).**

2.3.5 Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Sutrisna Dewi dalam bukunya " Komunikasi Bisnis " Fungsi Komunikasi Antar Pribadi yaitu :

- Untuk meningkatkan hubungan insani *(Human Relations)*
- Menghindari dan mengatasi konflik – konflik pribadi
- Mengurangi Ketidakpastian
- Berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain

(Dewi, 2006 : 12).

2.3.6 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Prof. Drs. H. A. W. Widjaja dalam bukunya " Ilmu Komunikasi " .

Tujuan dari Komunikasi Antar Pribadi adalah :

1. mengenal diri sendiri dan orang lain
2. mengetahui dunia luar
3. menciptakan dan memelihara hubungan
4. mengubah sikap dan perilaku
5. bermain dan mencari hiburan
6. membantu orang lain.

(Widjaja, 2000 : 122).

2.3.7 Hambatan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi Antar Pribadi merupakan komunikasi antara seorang individu dengan individu lain, menurut Sutrisna Dewi dalam bukunya " Komunikasi Bisnis " beberapa hal yang menyebabkan Komunikasi Antar Individu tidak efektif adalah :

1. Perbedaan Persepsi dan Bahasa

   Persepsi merupakan interpretasi pribadi atas sesuatu hal. Definisi seseorang mengenai suatu kata mungkin berbeda dengan orang lain.

2. Pendengaran yang buruk

   Walaupun sudah mengetahui mendengar yang baik, ternyata menjadi pendengar yang baik tidaklah mudah. Dalam keadaan melamun atau lelah memikirkan masalah lain, seseorang cenderung kehilangan minat mendengar.

3. Gangguan Emosional

   Dalam keadaan kecewa, marah, sedih, atau takut, seseorang akan meras kesulitan menyusun pesan atau menerima pesan dengan baik. Secara praktis, tidak mungkin menghindari komunikasi ketika sedang ada dalam keadaan emosi. Kesalapahaman sering terjadi akibat gangguan emosional.

4. Perbedaan budaya

   Berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya tidak dapat dihindari, terelbih lagi dalam zaman globalisasi ini. Perbedaan budaya merupakan hambatan yang paling sulit diatasi.

5. Gangguan Fisik

Pengirim atau penerima mungkin terganggu oleh hambatan yang bersifat fisik, seperti akustik yang jelek, tulisan yang tidak dapat dibaca, cahaya yang redup, atau masalah kesehatan. Gangguan fisik bisa mengganggu konsentrasi dalam berkomunikasi.

(Dewi, 2006 : 16 -17).

2.4 Tinjauan Tentang Atraksi Interpersonal

2.4.1 Pengertian Atraksi Interpersonal

Atraksi berasal dari bahasa Latin *Attrahere – ad* yang artinya menuju, dan *trahere* yang artinya menarik. Jadi Atraksi Interpersonal adalah Kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang.

Menurut Dean C Barlund, ahli Komunikasi Interpersonal, ia mengatakan bahwa " Mengetahui garis – garis atraksi dan penghindaran dalam sistem sosial artinya mampu meramalkan dari mana pesan akan muncul, kepada siapa pesan itu akan mengalir, dan lebih –lebih lagi bagaimana pesan akan diterima. Dengan begitu, dengan mengathui siapa tertarik kepada siapa atau siapa menghindari siapa, kita dapat meramalkan arus komunikasi interpersonal yang akan terjadi.

2.4.2 Faktor – faktor Personal yang mempengaruhi Atraksi Interpersonal

Adapun faktor – faktor personal yang mempengatuhi atraksi interpersonal adalah sebagai berikut :

1. **Kesamaan karakteristik personal**

   Orang-orang yang memiliki kesamaan dalam nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosioekonomis, agama, ideologis, cenderung saling menyukai. Menurut teori Cognitive Consistensy dari Fritz Heide, manusia selalu berusaha mencapai konsistensi dalam sikap dan perilakunya. Kata Heider, kita cenderung memilih orang yang sama sikapnya dengan kita bahkan kita ingin memiliki sikap yang sama dengan orang yang kita sukai, supaya seluruh unsur kognitif kita konsisten.

   Asas kesamaan ini bukanlah satu-satunya determinan atraksi. Atraksi interpersonal akhirnya merupakan gabungan dari efek keseluruhan interaksi di antar individu. Walaupun begitu, bagi komunikator, lebih tepat untuk memulai komunikasi dengan mencari kesamaan diantara semua peserta komunikasi.

2. **Tekanan Emosional**

   bila orang berada dalam keadaan yang mencemaskannya atau harus memikul tekanan emosional, ia akan menginginkan kehadiran orang lain. Schachter menyimpulkan bahwa situasi penimbul cemas (*anxiety-producing situations*) meningkatkan kebutuhan akan kasih sayang.

Orang – orang yang pernah mengalami penderitaan bersama- sama akan membentuk kelompok yang bersolidaritas tinggi.

3. Harga diri yang rendah

Menurut Walster, bila harga diri direndahkan, hasrat bergabung dengan orang lain bertambah, dan ia makin responsif untuk menerima kasih sayang orang lain. Dengan perkataan lain, orang yang rendah diri cenderung mudah mencintai orang lain.

4. Isolasi diri

Beberapa orang peneliti menyebutkan bahwa tingkat isolasi sosial yang amat besar berpengaruh terhadap kesukaan kita pada orang lain. Menurut Aronson, orang yang kesukaannya kepada kita bertambah akan lebih kita senangi darpada orang yang kesukaannya kepada kita tidak berubah.

2.4.3 Faktor – faktor Situasional yang mempengaruhi Atraksi Interpersonal

Adapun faktor-faktor situasional yang mempengaruhi Atraksi interpersonal yaitu :

1. Daya Tarik Fisik

Dalam beberapa penelitian mengungkapkan bahwa daya tarik fisik sering menjadi penyebab utama Atraksi personal. Orang-orang yang berwajah cantik dan ganteng cenderung mendapat penilaian yang baik dan dikatakn mempunyai sifat-sifat yang baik.

2. Ganjaran

Kita cenderung menyenangi orang yang memberi ganjaran pada kita. Ganjaran itu berupa bantuan, dorongan moral, pujian, atau hal-hal yang meningkatkan harga diri kita. Kita akan menyukai orang yang menyukai kita.

3. Familiarity

Yaitu hubungan kita dengan orang-orang yang sudah kita kenal. Menurut Robert B. Zajonc, semakin sering orang melihat seseorang maka ia akan semakin menyukainya.

4. Kedekatan (Proximity)

Orang cenderung menyenangi mereka yang berdekatan dengannya, baik rumah, tempat tidur, tempat duduk, dan sebagainya.

5. Kemampuan

Kita cenderung menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada kita atau lebih berhasil dalam kehidupannya. Dalam penelitian Aronson, orang yang paling disenangi adalah orang yang memiliki kemampuan tinggi tapi menunjukkan beberapa kelemahan.

2.4.4 Pengaruh Atraksi Interpersonal Terhadap Komunikasi Antar Pribadi

Sebagaimana yang dikatakan bahwa atraksi interpersonal memberikan pengaruh terhadap komunikasi antar pribadi, dikarenakan adanya ketertarikan antara komunikator dengan komunikan maka

komunikasi yang mereka lakukan pun akan berjalan dengan lancar dan efektif.

Pengaruh Atraksi Interpersonal dalam komunikasi Interpersonal terdapat pada dua hal yaitu :

1. Penafsiran Pesan dan Penilaian

Penilaian terhadap personal tidak berdasarkan rasional saja karena kita adalah manusia yang berperasaan yang dapat menilai manusia melalui emosional. Seseorang yang menyukai orang yang memberikan pesan kepadanya maka ia akan dengan mudah menafsirkan pesan dan melakukan penilaian tetapi jika yang menyampaikan itu orang yang tidak disukainya maka bisa saja ia salah dalam menafsirkn pesan tersebut dan melakukan penilaian yang salah seperti tujuan komunikator baik tetapi dia menanggapinya buruk.

2. Efektifitas Komunikasi

Komunikasi interpersonal 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 kesalah pahaman.

2.5 Tinjauan Tentang Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikut sertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses, dan tujuan yang ingin dicapai. Pada intinya karyawan adalah penjual (pikiran dan tenaganya) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Posisi karyawan dalam suatu perusahaan dibedakan atas karyawan bagian operasional dan karyawan bagian manajerial (pimpinan). Karyawan operasional adalah setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan pekerjaanya sesuai dengan perintah atasan. Karyawan manajerial adalah orang yang berhak memerintah bawahannya untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dan dikerjakan sesuai dengan perintah. Merupakan hal yang biasa di dalam suatu perusahaan dalam kegiatannya terdapat karyawan bawahan dan para pimpinan atau direksi manajemen (Hasibuan,2003:12-13).

2.6 Tinjauan Tentang Kepuasan

2.6.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kenyamanan.

Menurut Fandy Tjiptono yang dikutip dari Philip Kotler dalam bukunya menjelaskan bahwa :

” Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.” (Tjptono, 2002 : 112).

Dampak Kepuasan dan Ketidakpuasan Kerja

1. Produktifitas atau kinerja (Unjuk Kerja)

Produktivitas yang tinggi menyebabkan peningkatan dari kepuasan kerja hanya jika tenaga kerja mempersepsikan bahwa ganjaran instrinsik dan ganjaran ekstrinsik yang diterima kedua-duanya adil dan wajar dan diasosiasikan dengan unjuk kerja yang unggul. Jika tenaga kerja tidak mempersepsikan ganjaran intrinsik dan ekstrinsik yang berasosiasi dengan unjuk kerja, maka kenaikan dalam unjuk kerja tidak akan berkorelasi dengan kenaikan dalam kepuasan kerja. (Asad, 2004 : 113).

2. Ketidakhadiran dan Turn Over

Porter & Steers mengatakan bahwa ketidakhadiran dan berhenti bekerja merupakan jenis jawaban yang secara kualitatif berbeda. Ketidakhadiran lebih bersifat spontan sifatnya dan dengan demikian kurang mungkin mencerminkan ketidakpuasan kerja. (Asad, 2004 : 115). Lain halnya dengan berhenti bekerja atau keluar dari pekerjaan, lebih besar kemungkinannya berhubungan dengan ketidakpuaan kerja. Menurut Robbins (1996) ketidakpuasan kerja pada tenaga kerja atau karyawan dapat diungkapkan ke dalam berbagai macam cara. Misalnya, selain meninggalkan pekerjaan, karyawan dapat mengeluh, membangkang, mencuri barang milik organisasi, menghindari sebagian dari tanggung jawab pekerjaan mereka.

Lima cara mengungkapkan ketidakpuasan karyawan, . (Asad, 2004 : 205).:

1. Keluar (Exit): Ketidakpuasan kerja yang diungkapkan dengan meninggalkan pekerjaan. Termasuk mencari pekerjaan lain.
2. Menyuarakan (Voice): Ketidakpuasan kerja yang diungkap melalui usaha aktif dan konstruktif untuk memperbaiki kondisi termasuk memberikan saran perbaikan, mendiskusikan masalah dengan atasannya.
3. Mengabaikan (Neglect): Kepuasan kerja yang diungkapkan melalui sikap membiarkan keadaan menjadi lebih buruk, termasuk misalnya sering absen atau datang terlambat, upaya berkurang, kesalahan yang dibuat makin banyak.
4. Kesetiaan (Loyalty): Ketidakpuasan kerja yang diungkapkan dengan menunggu secara pasif sampai kondisinya menjadi lebih baik, termasuk membela perusahaan terhadap kritik dari luar dan percaya bahwa organisasi dan manajemen akan melakukan hal yang tepat untuk memperbaiki kondisi.
5. Kesehatan : Meskipun jelas bahwa kepuasan kerja berhubungan dengan kesehatan, hubungan kausalnya masih tidak jelas. Diduga bahwa kepuasan kerja menunjang tingkat dari fungsi fisik mental dan kepuasan sendiri merupakan tanda dari kesehatan. Tingkat dari kepuasan kerja dan kesehatan mungkin saling mengukuhkan sehingga peningkatan dari yang satu dapat meningkatkan yang lain dan sebaliknya penurunan yang satu mempunyai akibat yang negatif.

2.6.2 Pengertian Kepuasan Komunikasi

Kepuasan komunikasi adalah keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan pegawai dalam lingkungan total komunikasinya. (Redding, 1972 : 429).

Ada delapan dimensi kepuasan komunikasi yang stabil, yang dilakukan oleh Downs dan Hazen (1977). Yaitu :

1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan
2. Kecukupan informasi
3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan
4. Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah
5. Kualitas media
6. Cara sejawat berkomunikasi
7. Informasi tentang organisasi secara keseluruhan
8. Integrasi organisasi