BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Unit Merdeka Boga Putra PT. Tirta Ratna Bandung Melalui Program Pelayanan Kesejahteraan Karyawan Dalam meningkatkan Kinerja Karyawannya.". Penelitian skripsi tentang *Kesejahteraan Karyawan* ini sudah banyak yang membahas diberbagai universitas, namun dalam pembahasannya berbeda.

Pada Penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan *Kesejahteraan Karyawan* yang sudah ada, Peneliti dapat melihat dan mencarinya dalam bentuk pelusuran data *online* (*Internet*), dan membaca keterangannya diabstrak. Berikut judul penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang *Kesejahteraan Karyawan.*

1. **SISKA MALISA NASUTION 070521047**

   Universitas Sumatera Utara Medan (2009)

   Judul : "Pengaruh Kesejahteraan Karyawan Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada PT. Pangansari Utama Medan"

   Keterangan : Dalam penelitian ini Pengaruh dan Semangat kerja dijadikan sebagai tolak ukur (variabel) dari kesejahteraan karyawan yang diberikan oleh PT. Pangansari Utama, berdasarkan nilai koefisien regresi atau koesioner serta analisis perhitungan tabel yang diketahui

bahwa semua variabel dari program kesejahteraan karyawan berpengaruh positif dalam meningkatkan semangat kerja karyawan.

2. **SHOLEH HARTOYO A2100550075**

Universitas Muhammadiyah Surakarta (2009)

Judul : "Pengaruh Kemampuan Karyawan Dan Tunjangan Kesejahteraan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Wangsa Jatra Lestari"

Keterangan: Dalam penelitin ini, Pengaruh dan Kinerja dijadikan sebagai tolak ukur (Variabel) dari tunjangan kesejahteraan dengan metode kuantitatif menggunakan populasi serta landasan teori guna mengukur kedua variabel serta pengaplikasian dari pengeertian kinerja, kemampuan karyawan dengan tunjangan kessejahteraan.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Hakikat dan Definisi Komunikasi

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan *(message),* orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator *(communicator),* sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut kounikan *(communicate).* Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek yakni, isi pesan *(the content of the message)* dan lambang

(symbol). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama", *communico, communicatio*, atau *communocare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian.

Apabila dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif,* yaitu

agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Di antara para ahli sosiologi, ahli psikologi, dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi adalah Carl I. Hovland. Menurut **Carl I. Hovland**, ilmu komunikasi adalah "upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap." (Effendy, 2006:10)

2.1.2.2 Komponen-Komponen Komunikasi

Menurut **Effendy** (2006:6), Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

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

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

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. Menurut **Onong Uchjana Effendy** tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) (2003:55)

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, **Ruslan** menyatakan tujuan komunikasi sebagi berikut :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (2003:11)

2.1.2.4 Hambatan Komunikasi

Menurut **Effendy** (2003:45), Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunkasi, berikut adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator, yaitu :

1. Gangguan

   Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantik.

   a. Gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

   b. Gangguan semantik ialah gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengeretiannya menjadi rusak, gangguan semantik tersaring kedalam pesan melalui penggunaan bahasa.

2. Kepentingan

   Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya.

3. Motivasi Terpendam

   Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.

   Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang lain, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga karenanya motivasi itu berbeda dalam intesitasnya.

4. Prasangka

   Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (Cangara, 2003:61)

Sedangkan menurut **Onong Uchjana Effendy** fungsi dari komunikasi adalah :

1. Menginformasikan *(to inform)*
2. Mendidik *(to educate)*
3. Menghibur *(to entertain)*
4. Mempengaruhi *(to influence)* (2003:55)

2.1.2.6 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Menurut **Deddy Mulyana** dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2007:77) Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari :

1.Aspek bersifat fisik: seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.

2.Aspek psikologis: seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.

3. Aspek sosial: seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.

4. Aspek waktu: yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Organisasi

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi.

> **Schein** (1982) "Organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab."

Organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan ini adalah merupakan suatu sistem.

Selanjutnya **Kochler** (1976), "Organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu."

Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain. Bila satu bagian terganggu, maka akan ikut berpengaruh pada bagian lain. Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik.

Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Kondisi ini timbul mungkin disebabkan oleh karena tugas terlalu besar atau terlalu kompleks untuk ditangani satu orang. Oleh karena itu suatu organisasi dapat kecil seperti usaha dua orang individu atau dapat sangat besar yang melibatkan banyak orang dalam interaksi kerja sama.

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang didesain dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak diatur. Sebaliknya perubahan yang tidak terstruktur terjadi sebagai hasil ketidakteraturan, terjadi sebagai respons secara tidak

rasional terhadap bermacam-macam kebudayaan, dan kekuatan yang bersifat psikologis pada orang-orang dalam organisasi.

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah "pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks." Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan (*downward*), komunikasi dari bawahan kepada atasan (*upward*), komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatannya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan dan menulis.

Katz dan Khan mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.

> Menurut **Katz dan Khan**"Organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energy dari lingkungannya dan mengubah energy ini menjadi produk atau servis dari sistem dan megeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan."

Adapun definisi komunikasi organisasi menurut **Goldhaber** (1986) adalah :

> "Proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah." (Goldhaber dalam Muhammad, 2007:67)

2.1.4 Tinjauan Strategi

2.1.4.1 Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi jaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Menurut **Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr**. (dalam Tjiptono 1997:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*), dan
2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplimentasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Dilihat pada perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan berrsifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.

“Dalam suatu perusahaan terdapat tiga level strategi, yaitu : level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis, dan level fungsional.” (Hayes dan Wheel wright, 1984 dalam Tjiptono, 1997:4).

2.1.4.2 Strategi Komunikasi

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

> "Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya." (Effendy, 2003:300).

> "Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi." (Effendy, 2003:301).

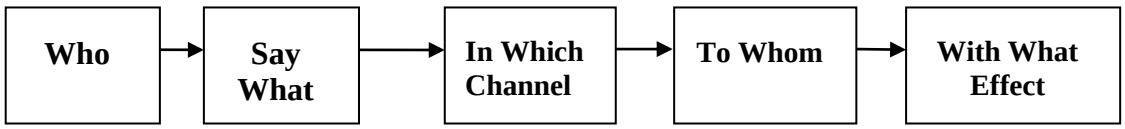
Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell *"Who Says What Which Channel To Whom With What Effect".*

- *Who?* (Siapakah komunikatornya?)
- *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakannya?)
- *In Which Channel?* (Media apa yang digunakannya?)
- *To Whom?* (Siapa komunikannya?)
- *With what effect?* (Efek apa yang diharapkan?).

(Effendy, 2003:301).

Gambar 2.1

Model Harold Laswell



Sumber: Analisa Peneliti, 2012

2.1.4.3 Fungsi Strategi

Menurut **Agustinus Sri Wahyudi**, dikutip oleh Ruslan (1998:129), manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan strategi (manajemen strategi) secara garis besar adalah sebagai berikut :

a. Memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam jangka panjang.
b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan yang akan mungkin terjadi di masa-masa mendatang.
c. Menciptakan suatu organisasi dan fungsional manajemen perusahaan akan lebih efektif dan efisien, dalam menghadapi persaingan yang kian tajam mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko tinggi.
d. Keterkaitan personil dalam membuat strategi akan lebih memotivasi dalam tahap-tahap pelaksanaanya.

e. Aktivitas perusahan, menggunakan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya berbagai masalah dimasa-masa mendatang.

f. Aktivitas yang saling tumpangtindih antara unit atau divisi dapat dihindarkan.

2.1.5 Tinjauan Kinerja Karyawan

2.1.5.1 Definisi Kinerja Karyawan

> Menurut **Mangkunegara** (2000), "Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya."
>
> Lebih lanjut menurut **Suyadi Prawirosentono** (2008) :
>
> "Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam satu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika suatu perusahaan dalam mencapai tujuan ditetapkan harus melalui sarana organisasi yang terdiri dari sumber daya yang berperan aktif dalam mencapai tujuan perusahaan yang bersangkutan."

Kinerja perorangan mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja lembaga atau perusahaan. Dengan kata lain kinerja seseorang tinggi apabila dia mempunyai keahlian yang tinggi, bersedia bekerja sesuai dengan upah atau gaji yang telah disepakati. Agar seseorang dapat mencapai kinerja yang tinggi tergantung pada kerjasama, kepribadian, kepandaian yang beraneka ragam, kepemimpinan, keselamatan, pengetahuan pekerjaan, kehadiran, kesetiaan, ketangguhan dan inisiatif.

2.1.5.2 Jenis-jenis Kinerja

Jenis kinerja terdiri atas tiga bagian, antara lain :

1. Kinerja Strategik

   Kinerja suatu perusahaan dievaluasi atas ketepatan perusahaan dalam memilih dan kemampuan adaptasi perusahaan bersangkutan atas lingkungan hidupnya dimana dia beroperasi.

2. Kinerja Administratif

   Kinerja administratif berkaitan dengan kinerja administratif perusahaan, termasuk di dalamnya tentang struktur administrasi yang mengatur hubungan otoritas dan tanggung jawab dari orang-orang yang menduduki jabatan atau bekerja pada unit-unit kerja yang terdapat dalam organisasi.

3. Kinerja Operasional

   Kinerja ini berkaitan dengan efektivitas penggunaan setiap sumber daya yang digunakan perusahaan, kemampuan mencapai efektivitas penggunaan sumber daya manusia yang mengerjakannya. (Prawirosentono, 2008).

Kinerja yang tinggi penting untuk tujuan peningkatan kinerja perusahaan yang efisien, efektif dan produktif, penciptaan motivasi dan dengan pencapaian kepuasan kerja karyawan serta kinerja karyawan yang tinggi akan mampu menjadi satu pilar penahan gejolak kehidupan dari uar

perusahaan yang memberi tekanan-tekanan baik secara psikologis maupun berdampak financial bagi perusahaan (Rivai, 2003).

2.1.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi dan kinerjanya

Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut antara lain :

1. Kuantitas kerja yaitu pencapaian kinerja karyawan yang dapat terlihat pada diri karyawan itu sendiri pada saat bekerja, yang meliputi ketetapan waktu dalam mengerjakan pekerjaan, ketelitian dalam mengerjakan tugas dan juga terampil dalam mengerjakan tugas.
2. Kualitas kerja adalah pencapaian kinerja karyawan yang diukur atas hasil pekerjaan yang dicapai pekerja dalam bekerja, kualitas kerja juga dapat diukur oleh output atau hasil kerja dibandingkan dengan standar output yang telah ditetapkan perusahaan. (Simamora, 2002)

2.1.6 Tinjauan Tentang Karyawan

2.1.6.2 Pengertian Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikut sertaan mereka, aktivitas 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.

Karyawan operasional adalah setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan pekerjannya sesuai denganperintah atasan. Karyawan manejerial adalah orang yang berhak memerintah untuk mengerjakan sebagian pekerjaanya dan dikerjakan sesuai dengan perintah

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, karyawan didefinisikan sebagai pekerja atau pegawai. (Poerwadarminta, 1976:448).

Berdasarkan Pasal 1 Undang-undang No. 14 tahun 1969, "tenaga kerja adalah tiap orang yang mampu melakukan pekerjaan di dalam maupun diluar hubungan kerja, guna menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat." (Hasibuan, 2003:41).

2.1.6.2 Asas-asas Komunikasi Karyawan

Komunikasi dua arah yang baik antara manajemen dan karyawan didasarkan pada asas-asas berikut ini :

1. Manajemen harus bersedia secara sadar memberikan informasi kepada karyawannya. Setiap pelaksana harus memahami bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab utuh kepada karyawannya. Setiap pelaksanaharus memahami bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab utama dan dalam evaluasi pelaksanaan secara keseluruhan
2. Komunikasi harus berfungsi sebagai suatu sistem yang lengkap antara manajemen dengan karyawan.
3. Pesan tertulis harus digunakan untuk menghindari penyimpangan arti yang mungkin terjadi dalam komunikasi lisan.

4. Pesan harus disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang lazim yang sesuai dengan tingkat pendidikan karyawan.
5. Media komunikasi harus dipilih dan pesan harus disiapkan oleh komunikasi tentang informasi penting tidak dipercayakan kepada orang dengan pengalaman komunikasi yang terbatas.
6. Komunikasi jangan secara sengaja disalahgunakan atau disesatkan tetapi harus faktual, seksama, dan tidak memihak.
7. Informasi harus diberikan tepat pada waktunya dan pesan harus disampaikan dengan cepat untuk menghindari kesalahpahaman.
8. Pengulangan adalah penting dalam komunikasi karyawan yang baik. Informasi harus diulang dalam cara yang berlainan agar mudah dipahami.

2.1.7 Tinjauan Program Pelayanan Kesejahteraan

2.1.7.1 Pengertian Program Kesejahteraan

Terdapat berbagai istilah yang digunakan dalam program kesejahteraan, seperti yang dikemukakan oleh **Martoyo** (2000:138) adalah:

> "Kesejahteraan karyawan merupakan salah satu bentuk pemberian kompensasi berupa penyediaan paket "benefits" dan program-program pelayanan karyawan dengan maksud pokok untuk mempertahankan keberadaan karyawan sebagai anggota organisasi dalam jangka panjang."

2.1.7.2 Tujuan-Tujuan Pemberian Program Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan yang diberikan hendaknya bermanfaat dan mendorong untuk mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat serta tidak melanggar peraturan legal pemerintah.

Menurut **Moekijat** (1999:174), tujuan pemberian program kesejahteraan pada perusahaan yang mengadakan program kesejahteraan terdiri dari dua yaitu bagi perusahaan dan karyawan.

a. Bagi perusahaan

1. Meningkatkan hasil
2. Mengurangi perpindahan dan kemangkiran
3. Meningkatkan semangat kerja karyawan
4. Menambah kesetiaan karyawan terhadap organisasi
5. Menambah peran serta karyawan dalam masalah-masalah organisasi.
6. Mengurangi keluhan-keluhan.
7. Mengurangi pengaruh serikat pekerja.
8. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dalam hubungannya dengan kebutuhannya pribadi maupun kebutuhan sosial.
9. Memperbaiki hubungan masyarakat.
10. Mempermudah usaha penarikan karyawan dan mempertahankan.
11. Merupakan alat untuk meningkatkan kesehatan badaniash dan rohaniah karyawan.
12. Memperbaiki kondisi kerja.
13. Menambah perasaan aman.
14. Memelihara sikap karyawan yang menguntungkan terhadap pekerjaan dan lingkungannya.

b. Bagi Karyawan

1. Memberikan kenikmatan dan fasilitas yang dengan cara lain tidak tersedia atau yang tersedia dalam bentuk yang kurang memadai.
2. Memberikan bantuan dalam memecahkan suatu masalah-masalah perseorangan.
3. Menambah kepuasan kerja.
4. Membantu kepada kemajuan perseorangan.
5. Memberikan alat-alat untuk dapat menjadi lebih mengenal karyawan-karyawan lain.
6. Mengurangi perasaan tidak aman.
7. Memberikan kesempatan tambahan untuk memperoleh status.

Berdasarkan uraian diatas terlihat ada dua pihak yang berkepentingan langsung terhadap program kesejahteraan yaitu pihak perusahaan dan juga pihak karyawan. Bagi perusahaan program kesejahteraan mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan, sedangkan bagi karyawan adalah terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan mereka.

2.1.7.3 Bentuk Program Pelayanan Karyawan

Menurut **Justine T Sirait** dalam buku Memahami Aspek Pengelolaan SDM (2006:269), Banyaknya istilah yang dipergunakan untuk program-program pelayanan karyawan, ada yang menggunakan istilah “jaminan sosial”, “Program Kesejahteraan Karyawan”, dan sebagainnya. Demikian juga bentuk-bentuk program ini bermacam-

macam, seperti uang pensiun, asuransi jiwa, pelayanan kesehatan, pembentukan kepemillikan barang-barang, dan sebagainnya. Sehingga, bentuk program pelayanan karyawan dikelompokkan menjadi tiga bagian, yakni :

a.Yang menyangkut masalah ekonomi para karyawan.

b. Program rekreasi atau hiburan.

c. Program penyediaan fasilitas bagi para karyawan

2.1.7.4 Penyebab Berkembangnya Program Kesejahteraan Karyawan

Menurut **Justine T Sirait** dalam buku Memahami Aspek Pengelolaan SDM (2006:269), Akhir-akhir ini program-program kesejahteraan karyawan telah mengalami perkembangan yang sangat luas. Banyaknya alasan yang menjadikan makin diperhatikannya masalah kesejahteraan karyawan. Memang sudah selayaknya perusahaan memberikan perhatian dan apa yang dirasa baik bagi karyawannya. Berikut penyebab berkembangnya program kesejahteraan karyawan, sebagai berikut :

a. Perubahan sikap para karyawan, yang disebabkan terutama oleh makin meningkatkan taraf pendidikan mereka.

b. Permintaan dari organisasi-organisasi buruh.

c. Permintaan dari pemerintah yang diwujudkan dalam bentuk undang-undang atau peraturan-peraturan.

d. Persaingan yang semakin ketat yang mengakibatkan para penguaha harus berusaha untuk memberikan jaminan agar para karyawan betah.

e. Adanya pengawasan terhadap tingkat upah, terutama dari asosiasi para pengusaha untuk mencegah persaingan dalam hal pemberi upah. Hal ini akan mengakibatkan pengusaha tidak bisa begitu saja menaikkan tingkat upah, dan untuk mengatasinya pengusaha kadangkadang memberikan kenaikan dalam bentuk jaminan sosial kepada para karyawan.

2.1.7.5 Manfaat diselenggarakan Program Kesejahteraan Karyawan

Menurut **Justine T Sirait** dalam buku Memahami Aspek Pengelolaan SDM (2006:270), Bagi manajemen, jelas bahwa diselenggarakannya suatu program haruslah diimbangi dengan suatu manfaat atau mendatangkan keuntungan atau secara ekonomis dapat dipertanggung jawabkan. Sehingga manfaat diselenggarakannya program kesejahteraan karyawan adalah :

a. Penarikan tenaga kerja yang lebih efektif.

b. Perbaikan semangat dan kesetian karyawan

c. Penurunan tingkat absensi dan perputaran tenaga kerja

d. Perbaikan hubungan masyarakat

e. Pengurangan pengaruh organisasi buruh, baik yang telah ada maupun yang potensial

f. Pengurangan campur tangan pemerintah dalam organisasi.

2.1.7.6 Pinsip-Prinsip Program Pelayanan Karyawan

Menurut **Justine T Sirait** dalam buku Memahami Aspek Pengelolaan SDM (2006:270), Prinsip utama dari program pelayanan karyawan, sebagimana program lainnya adalah agar hasil yang diperoleh minimal sama dengan biaya yang dikeluarkan. Berikut beberapa prinsip lainnya adalah, sebagai berikut :

a. Program hendaknya diarahkan untuk memuaskan kebutuhan yang sebenarnya. Sering kali terjadi salah penafsiran keiginan karyawan.
b. Pelayanan hendaknya dibatasi pada kegiatan-kegiatan yang lebih efektif dijalankan secara kelompok daripada individu.
c. Pelayanan haruslah menggunakan dasar yang seluas mungkin.
d. Biaya program pelayanan karyawan, sebagaimana program lainnya, haruslah direncanakan dan ditentukan tujuannya sebagai pedoman dalam menyusun program tersebut.

Lebih lanjut untuk menentukan kombinasi program yang terbaik, **Foegen** menyarankan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Menghitung berbagai biaya dari berbagai bentuk atau tipe program pelayanan.
b. Membuat *judgement* utuk menentukan berapa dana yang tersedia untuk menutupi biaya dari berbagai program pelayanan di masa mendatang.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Pada penelitian yang dilakukan, maka fokus pada penelitian adalah strategi komunikasi.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, teori, dan filsafat komunikasi (2003:300), mengatakan bahwa:

> "strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya."

Dari pendapat Onong Uchjana Effendy di atas, terlihat bahwa dalam pelaksanaan sebuah strategi tidak terlepas dari **Tujuan, Rencana,** dan Manajemen Komunikasi yang di dalamnya terdapat **Kegiatan, Pesan,** dan **Media.**

Berikut adalah definisi menurut Onong Uchjana Effendy serta penjelasan dari sub fokus di atas adalah sebagai berikut:

1. **Tujuan** adalah arah yang dimaksud sebuah perusahaan dari rencana yang dituju.
2. **Rencana** adalah suatu konsep, rancangan untuk menentukan tindakan masa depan yang tepat melalui serangkaian pilihan yang disasarkan pada tujuan-tujuan yang akan dicapai.
3. **Kegiatan** adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan ntuk mencapai tujuan yang telah direncanakan oleh perusahaan.

4. **Pesan** adalah suatu amanat atau perintah yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan
5. **Media** adalah saluran penyampaian pesan, atau informasi yang digunakan.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini Strategi sebagai fokus dalam penelitian ini yang menjelaskan sub fokus yaitu **Tujuan, Rencana, Kegiatan, Pesan,** dan **Media.**

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritis mengenai pengertian dan strategi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yang meliputi sub-sub fokus, yang akan peneliti aplikasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Tujuan** yang dilakukan oleh Unit Merdeka Boga Putra PT.Tirta Ratna berdasarkan perencanaan yang tepat melalui program pelayanan kesejahteraan karyawan (Tri Dharma Mitra) yang mengarah pada kesejahteraan dan pemenuhan hidup karyawan.
2. **Rencana** adalah suatu konsep, rancangan untuk menentukan tindakan yang dilakukan oleh Unit Merdeka Boga Putra PT. Tirta Ratna yang telah disusun sesuai dengan perencanaan program pelayanan kesejahteraan karyawan (Tri Dharma Mitra) melalui serangkaian pilihan yang disasarkan pada

tujuan-tujuan agar terciptanya suatu fondasi atau hubungan yang kuat sehingga dapat mencapai hasil sesuai dengan yang diharapkan.

3. **Kegiatan** adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh Unit Merdeka Boga Putra PT. Tirta Ratna untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan oleh perusahaan melalui program pelayanan kesejahteraan karyawan (Tri Dharma Mitra), melalui program tersebut sebagai sarana komunikasi public internal.

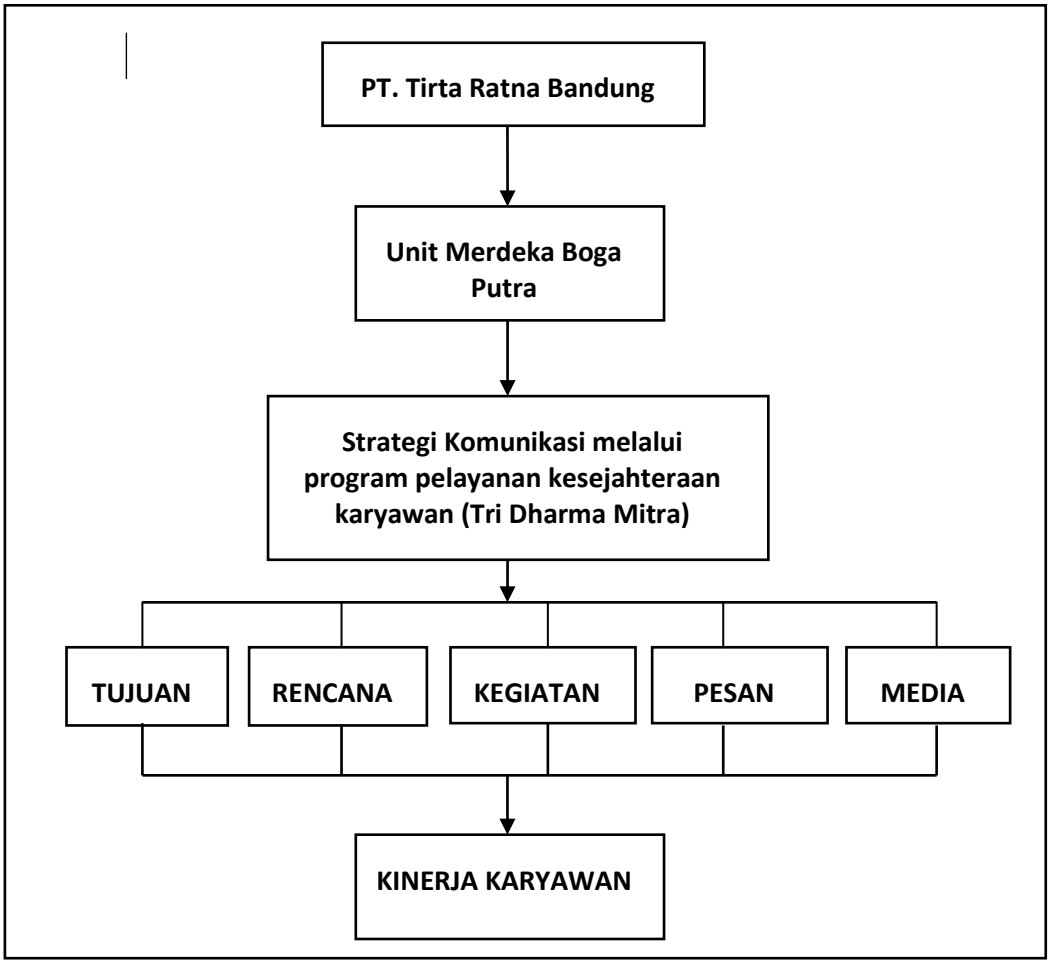
4. **Pesan** adalah suatu amanat atau perintah yang disampaikan dari pimpinan PT. Tirta Ratna dan pengurus kepada public internal (karyawan) Unit Merdeka Boga Putra melalui program pelayanan kesejahteraan karyawan (Tri Dharma Mitra) yang dikomunikasikan.

5. **Media** adalah saluran penyampaian pesan, atau informasi yang digunakan oleh Unit Merdeka Boga Putra PT. Tirta Ratna mengenai program pelayanan kesejahteran karyawan (Tri Dharma Mitra) kepada kedua belah pihak yang bersangkutan dengan menggunakan komunikasi media. Berbeda dengan media lainnya, media komunikasi internal yang digunakan sangat sederhana secara tertulis. bersifat legal (terdaftar) dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Alur pemikiran merupakan ringkasan pemikiran dari peneliti atau pemikiran dari penelitian ini secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan mengenai masalah yang diteliti. Adapun Gambar Alur pemikiran peneliti sebagai berikut:

Gambar 2.2

Alur Pemikiran



Sumber : Analisa Peneliti, 2012