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.

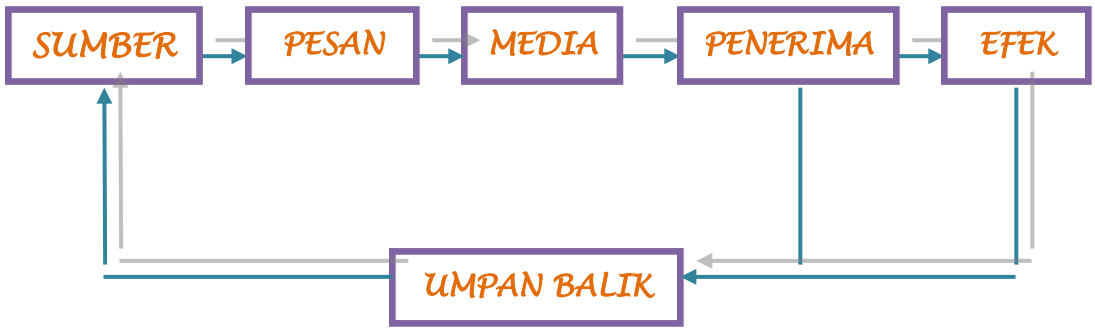
Dari definisi diatas menjelaskan bahwa, komunikasi merupakan proses penyampaian simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal. Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduannya memiliki mana yang sama terhadap pesan yang disampaikan Jika disimpulkan 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 Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi akan terjadi bila telah memenuhi unsur-unsur yang terdapat didalamnya. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara:

Gambar 2.1

UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI



Sumber: *www.google.com*

Keterangan:

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggris disebut *source, sender, decoder.*

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message, content,* atau *information*

3. Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selman atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nirmassa. Nirmassa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. (Cangara, 2004:21-25). 38.

2.1.3 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).

2.1.4 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 lambing-lambang yang bermakna.

2.3.3 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 Efektivitas Komunikasi Antarpersonal

Devito menjelaskan mengenai efektivitas komunikasi interpersonal dalamgan 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 komtak 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 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, perserpsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organiasasi 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 Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan 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).

Menurut 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).

Yasin Setiawan dalam artikelnya menyebutkan bahwa karyawan adalah ”Orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor/perusahaan) dengan mendapatkan gaji (upah/pegawai, buruh)” (Setiawan, 2008).

2.5 Tinjauan Tentang Hubungan Kerja

Hubungan Kerja Adalah sebagai hubungan yang terjadi antara bagian-bagian atau individu-individu baik antara mereka di dalam organisasi maupun antara mereka dengan pihak luar organisasi sebagai akibat penyelenggaraan tugas dan fungsi masing-masing dalam mencapai sasaran dan tujuan organisasi.

Macam-macam Hubungan Kerja:

1. Hubungan Kerja Vertikal
2. Hubungan Kerja Horizontal
3. Hubungan Kerja diagonal
4. Hubungan Kerja Fungsional
5. Hubungan Kerja Informatif
6. Hubungan Kerja Konsultatif
7. Hubungan Kerja Direktif
8. Hubungan Kerja Koordinatif

Prinsip-prisnip Hubungan Kerja:

1. Hindarkan sifat egois agar kondusif
2. Uraian pekerjaan harus jelas secara tertulis sebagai pedoman hubungan
3. Bangkitkan semangat kerjasama
4. Ukuran tingkat kinerja individu atau kelompok ditetapkan
5. Norma kerja harus dipatuhi semua pihak
6. Gunakan semua sember sesui standar pemanfaatan agar efisien
7. Antisipasi semua hambatan yang mungkin timbul dalam hubungan
8. Non kompromis dengan masalah yang menghambat hubungan kerja
9. Kinerja standar harus sesuai dengan kemampuan orang dan sumber
10. Evaluasi secara berkala pelaksanaan hubungan kerja antar pegawai

11. Rotasi dapat dilakukan bila hubungan kerja selalu terganggu oleh ulah pegawai
12. Jelas tuntutan disiplin orang terhadap aturan formal organisasi
13. Atur spesialisasi dan uraian pekerjaan secara tertulis

Membina Hubungan Kerja Positif

Membina hubungan kerja antar karyawan. Perlu diingat, sebuah hubungan yang tanpa masalah tidak menjamin telah terjalin hubungan kerja yang positif. Kuncinya, perlu ada pemahaman bahwa memang ada masalah. Intinya adalah diperlukan kesepakatan persepsi. Semakin besar kesamaan persepsi, semakin langgenglah hubungan kerja, semakin puaslah karyawan dengan hubungan mereka. Jika mereka merasa bahwa rekan kerjanya semakin menghargai dan memahami perasaannya, maka mereka semakin merasa menjalani komunikasi yang terbuka dan positif.

Kesamaan persepsi perlu dibangun sejak awal hubungan. Karena itu periode perkenalan ikut menentukan kadar kesamaan persepsi. Meskipun begitu, penyamaan persepsi juga bisa diperbarui terus selama masa hubungan kerja. Membina hubungan kerja atasan-bawahan Hubungan kerja positif atasan-bawahan memang tidak semudah hubungan kerja antar rekan kerja. Intinya tetap berpijak pada komunikasi efektif. Setidaknya ada beberapa tips yang dapat dicoba untuk membina hubungan kerja positif atasan-bawahan.

- Jangan mencoba mengubah perilaku atasan. Jadi bawahan yang menyesuaikan perilaku dengan atasan.
- Hindari pendapat bahwa anda tahu pasti tujuan-tujuan atasan. Jika memang ada yang tidak dimengerti akan lebih baik jika ditanyakan langsung dan catat semua hal yang tidak konsisten (menurut anda)
- Pemastian prioritas antara atasan-bawahan.
- Jangan mudah merajuk atau ngambek.
- Cobalah untuk mencari tahu apa dan bagaimana tipe atasan. Selidiki dengan pasti saat dan cara terbaik untuk menyampaikan pendapat dan kritik pada atasan.
- Jangan putus asa ketika gagasan kita tidak sesuai dengan atasan.

Langkah-Langkah Dasar Mengelola Hubungan Kerja dengan Atasan

Dalam dunia kerja, banyak orang berpendapat bahwa mengelola karyawan (*managing people*), hanyalah ditujukan bagi atasan terhadap bawahannya. Tidak banyak orang yang menyadari bahwa hubungan kerja dengan atasan juga perlu dikelola. Mengelola hubungan kerja dengan atasan serupa dengan mengelola hubungan dengan pelanggan anda. Kedua hal tersebut berkaitan dengan pengelolaan manusia dan hubungan baik. Tidak banyak orang yang menyadari pentingnya memiliki hubungan baik dengan atasan.

Sebenarnya, atasan memainkan peranan penting pada kemajuan *karier* seseorang. Bagi bawahan, atasannya ialah orang yang merekomendasikan kenaikan gaji dan promosi. Pada sisi lain, hubungan atasan-bawahan yang tegang menyebabkan suasana kerja yang tidak sejahtera dan kesempatan pengembangan karier menjadi terhambat terutama bagi bawahan. Jadi, bagaimanakah caranya membangun hubungan atasan-bawahan yang saling menguntungkan? Mari kita mulai dari beberapa langkah dasar dibawah ini:

1. Kerjakan Pekerjaan dengan Baik dan Patuhi Peraturan

Bekerjalah dengan cerdas dan selesaikan pekerjaanmu dengan baik. Tunjukkan inisiatif yang tinggi dan terbukalah merima tanggung-jawab anda. Penting untuk mengenali dengan baik perusahaan anda dan patuhi kebijakan-kebijakan perusahaan. Anda tidak akan keluar kantor (selain untuk urusan dinas) pada jam 09.15 pagi apabila jam kerja di perusahaan anda dimulai dari pukul 09.00 pagi sampai dengan pukul 6.00 sore.

2. Pahami Cara Kerja Atasan Anda

Penting memahami cara kerja atasan anda. Cari tahu apakah dia menekankan pada aspek praktis atau pada nilai-nilai yang mendalam secara detil. Bekerjalah dengan cerdas dan selesaikan tugasmu sesuai arahan atasan anda. Apabila atasan anda menyukai hal-hal yang sederhana dan praktis, jangan berikan ia hal-hal yang mendetil. Karena dalam jangka panjang anda sendiri yang akan semakin frustasi. Kemudian, cari tahu apa

harapannya terhadap anda. Berkomunikasilah dengan atasan anda secara kontinu dan mintalah umpan-balik jika diperlukan. Memenuhi tujuan-tujuan yang diharapkan atasan itu terbukti sangat penting.

3. Bekerjalah Sebagai Bagian dari Perusahaan

Bagaimana kerja departemen anda tercermin pada atasan dan juga bawahan. Ketika departemen anda bekerja-sama, kredibilitas seluruh personnelnya meningkat. Bersikaplah professional dan pikirkanlah departemen sebagai satu kesatuan. Bekerja-sama-lah dengan rekan sekerja anda dan berkembanglah sebagai kesatuan. Untuk mencapai kesuksesan sebuah departemen atau perusahaan, dibutuhkan kerjasama tim dan bukan kerja seorang saja.

4. Selesaikanlah Ketidaksepahaman yang Terjadi

Apa yang anda lakukan apabila anda tidak setuju dengan putusan bisnis atasan anda? Apakah anda akan memikirkannya terus-menerus ataukah anda akan menjalankan itu walaupun sukar? Dalam menghadapi dilema seperti ini, lebih baik pikirkan langkah-langkah yang akan diambil. Perlukah anda bersusah-payah membahas masalah yang sensitif itu. Jika tidak, barangkali lebih baik tidak perlu bersikeras membahasnya.

5. Jangan "Mengancam" Posisi Atasan Anda

Bersikaplah penuh antusias tanpa kesan mengancam posisi atasan anda. Atasan anda akan tidak suka apabila ia tahu bahwa anda mengancam posisinya dalam perusahaan.

6. Bersikaplah Jujur dan Tidak Berjanji Secara Berlebihan

Kunci dalam mengembangkan hubungan kerja yang baik ialah menempatkan anda pada posisi dimana atasan anda percaya pada kemampuan anda dan ia dapat mengandalkan ide-ide anda yang baik. Walaupun ia meyakini kemampuan anda, katakan sejujurnya apabila anda pikir anda tidak akan dapat memenuhi deadline tertentu. Berikan penjelasan dan negosiasikan deadline yang lebih realistis. Dengan cara ini, atasan anda dapat memahami kapabilitas anda lebih baik lagi. Jika anda mendapatkan masalah, dekati atasan anda dan bertanyalah padanya. Jika anda menghindari masalah itu, masalah itu tidak akan selesai dengan sendirinya.