BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori lebih dahulu. Mencari kepustakaan yang terkait dengan tugas, lalu menyusunnya. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto 2010:37)

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penulisan penelitian ini lebih memadai.

Peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan sebagi bahan acuan yang dapat membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar dan untuk mengembangkan penelitian yang berjudul "Efektivitas Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satri Muda Bandung terhadap Kualitas Kerja Mitra Bisnisnya", sebagai berikut :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Uraian	Peneliti		
		Ramadani Eka Sri Utami	Shendy Irawati	Anantyo Seto Pambudi
1	Universitas	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Universitas Komputer Indonesia Bandung	Universitas Negeri Semarang
2	Tahun	2011	2011	2013
3	Judul	Pengaruh Efektifitas Pelatihan Program *Cake House* Senyum Mandiri Rumah Zakat Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Musahik Di *Empowering Centre* Pulogadung	Efektivitas Pelatihan Sosialisasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota bandung Terhadap Pemahaman Unit Kerja	Efektivitas *Service Excellence Training* Terhadap Peningkatan Pemahaman *Service Excelence* Satpam PT. Meka Adipratama Semarang

4	Metode	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
5	Hasil Penelitian	Variabel ketepatan penggunaan unsur-unsur pelatihan dan tercapainya tujuan dan sasaran pelatihan berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan mustahik.	Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan terhadap variabel x dan variabel y.	Pelatihan service excellence efektif dalam meningkatkan pemahaman kualitas pelayanan pada satpam PT. Meka Adipratama.
6	Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian ramadani dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berperan dalam efektivitas pelatihan dan pengaruh efektivitas pelatihan terhadap peningkatan mustahik.	Penelitian sendhy dilakukan untuk mengetahui efektivitas pelatihan undang-undang keterbukaan informasi publik dinas komunikasi dan informasi Pemerintah Kota	Penelitian anantyo dilakukan untuk mengetahui efevektivitas *service excellence training* untuk meningkatkan pengetahuan tentang kualitas pelayanan satpam.

			Bandung terhadap pemahaman unit kerja	

Sumber : Peneliti 2015

Ramadani Eka Sri Utami, 2011, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul skripsi : Pengaruh Efektivitas Pelatihan Program *Cake House* Senyum Mandiri Rumah Zakat Terhadap peningkatan Kesejahteraan Mustahik Di *Empowering Centre* Pulogadung.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berperan dalam efektivitas pelatihan dan pengaruh efektivitas pelatihan terhadap peningkatan kesejahteraan mustahik. Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel ketepatan penggunaan unsur-unsur pelatihan dan tercapainya tujuan dan sasaran pelatihan berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan mustahik. Sedangkan uji koefisien determinasi memperoleh nilai 0,331. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan mustahik sebesar 33,1% dipengaruhi oleh variabel ketepatan penggunaan unsur-unsur pelatihan dan variabel tercapainya tujuan dan sasaran pelatihan, sedangkan sisanya sebesar 66,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sendhy Irawati, 2011, Universitas Komputer Indonesia Bandung, dengan judul skripsi : Efektivitas pelatihan Sosialisasi undang-Undang keterbukaan Informasi Publik (KIP) Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Bandung Terhadap pemahaman Unit Kerja.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas Pelatihan Sosialisasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Dinas Komunikasi dan Informasi (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Bandung terhadap Pemahaman unit kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan pada kredibilitas sumber, media, aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif. Sedangkan untuk isi pesan terdapat hubungan yang tinggi, kuat dan signifikan.

Anantyo Seto Pambudi, 2013, Universitas Negeri Semarang, dengan judul skripsi : Efektivitas Service Excellence Training Terhadap Peningkatan Pemahaman Service Excellence Sat*am Pt. Meka Adipratama Semarang.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas *service excellence training* efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang kualitas pelayanan satpam PT. Meka Adipratama. Hasil penelitian menunjukkan t hitung -2,497 dengan (p) sebesar 0,041 (<0,05), sehingga ada perbedaan antara pengetahuan *service excellence* sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan. Kesimpulannya, Pelatihan *service Excellence* efektif dalam meningkatkan pemahaman kualitas pelayanan pada satpam PT. Meka Adipratama, sehingga pelatihan service excellence dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan satpam kepada perusahaan dan pelanggan menjadi lebih baik.

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Carl I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan praktek yaitu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi pembentukan sikap dan pendapat.

Pengertian Komunikasi menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Laswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsure sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator *(communicator, source, sender)*
- Pesan *(message)*
- Media *(channel, media)*
- Komunikan *(communicant, communicate, receiver, recipient)*
- Efek *(effect, impact, influence)*

Jadi, berdasarkan paradigm Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Selain itu menurut **Everett M. Rogers** yang dikutif oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, yang menjelaskan Komunikasi

adalah proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.(Mulyana, 2003:62)

Definisi diatas kemudian dikembangkan kembali oleh **Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981)** sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

"Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Hafied Cengara,1998:20)"

Rogers mencoba menspesialisasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya suatu perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Beragamnya definisi mengenai komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh **Wenburg dan Wilmot** (Mulyana, 2000 : 61-68) :

1. **Komunikasi sebagai tindakan satu arah**

   Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan ini menyeratakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.

2.1.2.2 Unsur - Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”* (Effendy,2002:10) yaitu :

1. **Komunikator.**

   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara,2005:81)

2. **Pesan.**

   Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.(Cangara,2005:93).

3. **Media.**

   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara,2005:119)

4. **Komunikan.**

   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara,2005:135)

5. **Efek.**

   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara,2005:147).

2.1.2.3 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. 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 interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

Menurut **Joseph A.Devito** dalam buku komunikasi antarmanusia mengatakan bahwa : Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh suatu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistrosi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Lingkungan (konteks) komunikasi setidak-tidaknya memiliki tiga dimensi:

1. Fisik
2. sosial-psikologis
3. temporal

Ruang atau bangsal atau taman dimana komunikasi berlangsung disebut konteks atau lingkungan fisik yang artinya nyata atau berwujud. Lingkungan fisik apapun bentuknya mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan apa yang disampaikan selain juga bentuk pesan (bagaimana menyampaikan pesan tersebut). Ketiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi, masing-masing saling berpengaruh. Proses komunikasi tidak pernah statis.

2.1.2.4 Proses komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu :

1. *Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis*

   Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa *(Effendy, 2003:31).* Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara dua tahap, yakni sebagai berikut :

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

c. Proses komunikasi secara linear

Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal *(Effendy, 2003: 38).* Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (mediated *communication*). Proses komunikasi linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari

komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

2.1.2.5 Tujuan komunikasi

Apapun yang dilakukan seseorang akan bermuara pada hasil akhir yang hendak dicapai. Jadi karena komunikasi yang dipahami sebagai suatu proses maka sudah barang tentu ada tujuan yang hendak dicapai. Guna memperoleh pemahaman tentang komunikasi, berikut ada beberapa pendapat pakar komunikasi mengenai tujuan komunikasi.

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).*

Ada empat tujuan komunikasi menurut **Joseph A. Devito** dalam bukunya Komunikasi Antarmanusia. Tujuan dapat disadarai ataupun tidak. Dapat dikenali ataupun tidak. Tujuan komunikasi pada dasarnya tetap sama, bagaimanapun hebatnya revolusi elektronika dan revolusi-revolusi lain yang akan dating (*Arnold dan Bowers, 1984;Nasbitt, 1984).*

1. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri *(personal discovery).* Bila kita berkomunikasi dengan orang lain, kita belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri kepada orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain dimana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan social, melalui perbandingan kemampuan, presentasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain *(Tribaut dan Kelley, 1986).*

2. Untuk berhubungan

Salah satu motivasi yang paling kuat adalah dengan berhubungan dengan orang lain. Membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan social.

3. Untuk meyakinkan

Media massa adalah sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup, karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Kita juga menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribasi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

4. Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, music, dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula, banysk dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Misalnya menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik. Adakalanya tujuan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Berlo (1960:8-9)mengemukakan tujuan komunikasi ditinjau dari dua aspek, yakni aspek yang bersifat umum dan aspek spesifik. Tujuan komunikasi dilihat secara umum meliputi hal-hal sebagai berikut: *informative, persuasive, entertainment.* Ditinjau dari aspek *informative*, komunikasi berhubungan dengan kemampuan intelektual seseorang untuk bertindak rasional, logis, dan konkrit, bisa saja suatu informasi berkembang namun tidak jelas sumbernya dari mana, faktanya apa serta dalam konteks apa, harus pula dicermati situasi dari kondisi yang berkembang saat itu dan sebelumnya. Sedangkan komunikasi ditinjau dari aspek *persuasive*, berkaitan erat dengan kejiwaan dan emosional. Artinya berkomunikasi secara *persuasive* adalah, berkomunikasi dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah kenyataan, nilai, atau sikap mereka.

Bettinghous (1974), "…komunikasi manusia secara persuasive adalah dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka". Pengungkapan pesan melalui cara-cara verbal dan non verbal untuk memperoleh respons tertentu dari individu atau kelompok lain juga merupakan bentuk komunikasi persuasive.

Burke (dalam Larson,1986), memandang bahwa persuasi sebagai *"the cocreation of a state of identification or alignment between a source and a receiver that results from the use of symbols"* (penciptaan bersama dari suaru pernyataan identifikasi atau kerja sama diantara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh pengguna simbol-simbol).

Sementara itu komunikasi bertujuan untuk menghibur (*to entertaint*), berkaitan dengan hal-hal yang menyenangkan, misalnya berbentuk hiburan, kesenian, lawakan, dan semacam dengan itu. *(Hasan,2010:26)*

Sedangkan tujuan komunikasi yang bersifat spesifik dikemukakan oleh **Barlo** (1960:10) dapat diartikan sebagai:

1. Suatu kondisi yang tidak kontradiktif secara logika atau tidak konsisten dengan komunikasi itu sendiri.
2. Berpusat pada perilaku, yang diekspresikan dalam pengertian perilaku manusia.
3. Cukup relevan bagi kita untuk dapat menghubungkannya dengan perilaku komunikasi yang actual.
4. Konsisten dengan cara orang-orang berkomunikasi.*(hasan,2010:27)*

Dari pengertian komunikasi secara umum dan secara spesifik, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi pada hakekatnya adalah mencapai pengertian bersama antara komunikan dan komunikator.

Dalam pengertian paradigmatik, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya.

Jadi komunikasi dalam pengertian paradigmatik bersifat intensional (*intentional*), mengandung tujuan karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang akan jadi sasaran.

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi

Bertolak dari pengertian dan pemaknaan komunikasi yang telah diuraikan diatas, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan dasar bagi semua interaksi manusia. Tidak hanya memiliki tujuan tetapi komunikasi juga memiliki fungsi. Oleh karena komunikasi dikatakan memiliki peran dominan dalam kehidupan manusia, sehingga fungsi komunikasi yaitu antara lain:

1. Mencapai pengertian satu sama lain
2. Membina kepercayaan
3. Mengkordinir tindakan
4. Merencanakan strategi
5. Melakukan pembagian pekerjaan
6. Melakukan aktivitas
7. Berbagi rasa *(Hasan,2010:22)*

Fungsi lain yang dilakukan oleh komunikasi berhubungan dengan perannya dalam mempermudah pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan oleh individu dan kelompok dalam mengambil keputusan dengan memperhatikan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternative.

Uraian diatas mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau kelompok tertentu, yaitu:

1. Fungsi pengawasan
2. Fungsi motivasi

3. Fungsi pengungkapan emosional

4. Fungsi informasi. *(Robbins,1996:5)*

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi. Bisa bersifat formal juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih luas dan lebih besar daripada komunikasi kelompok, Bermedia (*mediated*)

Dalam komunikasi, sekali anda mengirimkan pesan, anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan itu sama sekali. Sifat *irreversible* ini adalah implikasi dari komuikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah, sehingga kita harus berhati-hati pada saat menyempaikan pesan kepada orang lain. Terutama pada saat kita berkomunikasi yang pertama kali, kita harus berhati-hati karena kesan pertama begitu berkesan bagi pendengar. Terlebih saat seorang komunikator melakukan komunikasi melalui madia cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang komunikan untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang

dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

Everet M. Rogers dalam bukunya *communication in organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. **Robert Bonnington** dalam buku *modern Bussiness: a systems Appoarch*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.

Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai:

> "Pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan". (Pace dan Faules, 2000 : 31)

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam

hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.*(Pace and Faules:1998)*

2.1.3.1 Dimensi-dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi

1. **Komunikasi internal**

   Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Proses komunikasi internal ini bisa mewujudkan komunikasi antarpribadi atau pun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media massa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

   a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informan-informan kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan kepada pimpinan.
   b. Komunikasi horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komuniaksi ini bisa mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan,

pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindar beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

2. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antar pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik.

a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya berifat informative, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti; majalah organisasi, press release, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, film documenter, brosur, leaflet, poster, konferensi pers.
b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi ini merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

2.1.3.2 Tujuan komunikasi Organisasi

Dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian (*mutual undestanding*) . Pendek kata agar terjadi penyetaraan dalam kerangka referensi, maupun dalam pegalaman.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

1. **Fungsi Informatif.**

   Organisasi di pandang sebagai suatu sistem pemorosesan informasi. Manajemen butuh informasi untuk membuat kebijakan dan mengatasi konflik dan karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya dan kesejahteraannya.

2. **Fungsi regulatif.**

   - Berkaitan dengan peraturan – peraturan yang berlaku.
   - Pada semua lembaga / organisasi ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu:
     1. Atasan / Pihak manajemen yang berwenang mengendalikan semua informasi yang di sampaikan dan memberikan intruksi.
     2. Berkaitan dengan pesan

        Fungsi regulative pada dasarnya berorentasi pada kerja sebab karyawan memerlukan kepastian perarturan pekerjaan yang boleh dan tidak boleh di lakukan.

3. Fungsi Persuasif

Setiap organisasi menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik. Untuk itu ada dua saluran komunikasi yaitu:

1. Komunikasi Formal : buletin, news latter, laporan – laporan tertulis.
2. Komunikasi Informal : obrolan, pertandingan olahraga , darmawisata.

4. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (newsletter, buletin) dan laporan kemajuan oraganisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

5. Fungsi Manajer Subordinasi

Fungsi komunikasi dalam tingkatan Manajer-Subordinasi atau disebut dalam proses komunikasinya disebut dengan ”Down the Line” meliputi :

a. Pengarahan pelaksanaan Tugas *(Job Instructions)*
b. Perancangan peran komunikasi/informasi untuk menghasilkan pemahaman dalam pelaksanaan tugas *(Job Rationale)*
c. Memberikan informasi tentang pelaksanaan prosedur organisasi *(Organizational Prosedures and Practices)*

d. Memberikan umpan balik *(feedback)* tentang pelaksanaan tugas.

e. Pengarahan tentang misi yang akan dicapai *(A sense of mission indroctination of goals).*

6. Fungsi Subordinasi

Secara fungsional pada tingkatan antara subordinasi atau disebut dengan istilah ”Horizontal Communication”, meliputi:

a. Mendukung pengembangan sosio-emosional *(sosio-emotional support)* diantara kelompok.

b. Mengkoordinasi proses bekerja diantara kelompok

c. Menyebarkan tempat-tempat pengawasan didalam organisasi.

7. Fungsi Subordinasi-Manajer

Pada tingkatan ini disebut dengan istilah *”up the line”* atau yang lebih populer *”bottom up”* secara fungsional meliputi :

a. Berkomunikasi mengenai diri, penampilan dan masalah.

b. Berkomunikasi tentang masalah yang dihadapi bersama.

c. Mengetahui keputusan yang seharusnya, dan bagaimana memperolehnya.

2.1.3.4 Ruang Lingkup Komunikasi Organisasi

Adapun ruang lingkup komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan salin menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan

menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi orang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu prasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sipengirim. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode diffusi dan arus tujuan dari pesan.

3. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan seacar formal maupun tidak formal. Faktor kedua yang mempengaruhi hakekat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaiu: komunikasi kepada bawahan, kounikasi kepada atasan dan komunikasi

horizontal. Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain.

4. Keadaan saling tergantung (Interdepedensi)

Keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dan organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi.

5. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Hubungan manusia dalam organisasi berkisar mulai dari yang sederhana yaitu: hubungan diantara dua orang atau *dyadic* sampai kepada hubungan yang komplek, yaitu hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar, dalam organisasi.

Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi

6. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan eksternal. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan kulturnya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah-laku individu dan kelompok dalam organisasi.

7. Ketidak pastian

Ketidak pastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidak pastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang komplek dengan integrasi yang tinggi.Ketidak pastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya infomasi yang diterima dari pada sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka.

2.1.3.5 Proses Komunikasi Organisasi

Harold Koontz menjelaskan terdapat lima faktor atau kondisi yang mempengaruhi proses komunikasi dalam organisasi, yaitu:

a. Pengiriman Pesan *(The sender of message)*

b. Penggunaan saluran komunikasi untuk mengirim pesan *(Use of a channel to transmit the message)*
c. Penerimaan Pesan *(Receiver of message)*
d. Gangguan dan umpan balik *(Noise and feedback in communication)*
e. Situasi dan faktor pengorganisasian pesan dalam berkomunikasi (*Situational and Organizational factors in communication*).

2.1.4 Tinjauan Tentang Efektivitas

Dalam kamus bahasa besar Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, biasa diartikan sebagai kegiatan yang bisa memberikan hasil yang memuaskan, dapat dikatakan juga bahwa efektivitas merupakan keterkaitan antara tujuan dan hasil yang dinyatakan, dan menunjukkan derajat kesesuaian antara tujuan yang dinyatakan dengan hasil yang dicapai.

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan atau program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan atau sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handayaningrat S. (1994:16) yang menyatakn bahwa "efektifitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya".

Sedangkan Georgopolous dan Tennembaum (1985:50), mengemukakan:

> "efektivitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tetapi juga mekanisme mempertahankan diri dalam mengejar sasaran.

> Dengan kata lain, penilaian efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan."

Selanjutnya Steers (1995:87) mengemukakan bahwa:

> "efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya."

Dapat disimpulkan juga dari beberapa pengertian efektivitas diatas bahwa efektivitas adalah pengaruh yang ditimbulkan atau disebabkan oleh adanya suatu kegiatan tertentu untuk mengetahui sejauhmana tingkat keberhasilan yang dicapai dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Komunikasi dapat dkatakan efektif atau berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator sehingga dapat mengubah sikap komunikan. Artinya kredibilitas komunikator mendukung pada keefektivitasan komunikasi.

Menurut Andre Hardjana untuk mengukur keefektifan suatu komunikasi, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Sumber Pesan (*Source*)

   Merupakan orang yang memberikan pesan kepada pengguna.

2. Isi Pesan (*content*)

   Merupakan isi pesan yang diterima atau disalurkan.

3. Media (*media*)

Merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator atau sumber dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan atau pemakai.

4. Penerima atau pemakai (*receiver or uses*)

   Merupakan penerima pesan yang dituju atau komunikan yang dituju.

   (Hardjana :2000)

Dari pengertian menurut Andre Hadjana dimana keefektifan suatu komunikasi sangat penting agar pesan yang disampaikan komunikator dapat diterima sehingga akan adanya perubahan sikap yang diinginkan. Untuk itu, teori Andre hardjana mengenai kriteria keefektifan komunikasi dijadikan oleh peneliti sebagai acuan pada penelitian ini, dimana dalam sebuah pelatihan yang terpenting adalah bagaimana seorang pelatih dapat menyampaikan pesan dengan efektif kepada peserta agar adanya perubahan sikap yang terjadi setelah menerima pelatihan. Mengingat peserta pelatihan di agensi satria muda ini berasal dari berbagai kalangan dengan latar belakang yang berbeda-beda. Dengan komunikasi efektif yang disampaikan pelatih diharapkan peserta pelatihan dapat menjalankan pekerjaan dengan baik sehingga tujuan-tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

2.1.5 Tinjauan Tentang Teori Manajemen Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia sebagai salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia merupakan cara untuk meningkatkan kualitas dan kompensasi pengelola agar memiliki daya saing yang tinggi. Pengembangan

sumber daya manusia berarti upaya untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, wawasan dan pemahaman teknologi dalam rangka pelaksanaan pembangunan. Pengembangan dilakukan agar pengelola sebagai sumber daya menusia dipandang sebagai penggerak utama aktivitas organisasi dalam mencapai tujuannya. Dan ini membutuhkan suatu pengetahuan dan keterampilan. Kebutuhan dan keinginan yang terdapat dalam diri pengelola pada akhirnya akan membentuk perilaku serta sikap dalam organisasi.

Menurut Notoatmodjo (2009,3) adalah sebagai berikut :

> "pengembangan sumber daya manusia secara makro adalah suatu proses peningktan kualitas atau kemampuan manusia dalam rangka mencapai tujuan pembangunan bangsa yang mencakup perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan. Sedangkan pengembangan sumber daya manusia secara mikro adalah suatu proses perencanaan pendidikan, pelatihan, dan pengelolaan tenaga kerja".

Sumber daya manusia merupakan unsur yang sangat vital dalam organisasi, karena faktor sumber daya manusia yang sangat dominan dalam proses kerja dalam organisasi. Maka untuk mencapai tujuan organisasi, perlu diadakan pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja, keterampilan, perilaku, serta pengetahuan pegawai.

Menurut Hasibuan (2000, 10) mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efesien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dari definisi diatas, dikatakan bahwa Hasibuan (2000) memberikan penekanan dan pemahaman manajemen sumber daya manusia yaitu sebagai suatu ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja. dalam melakukan kegiatan manajemen sumber daya manusia tidak hanya bagaimana

seorang pemimpin mengetahui potensi pegawainya, namun lebih bagaimana seorang pemimpin mendesain sebuah formulasi tertentu dalam mengaplikasikan para sumber daya manusia yang ada sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Menurut Tulus (1992) dalam Suharyanto dan hadna (2005,13) manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atas pengadaa, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan hubungan tenaga kerja dimaksud membantu tujuan organisasi, individu, dan masyarakat. Dalam pendapat Tulus tersebut, pemahaman manajemen sumber daya manusia yang ditekankan dalam empat fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Selain itu, melalui berbagai kegiatan dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia diharapkan mampu bekerja secara efektif dan efesien tersebut guna mewujudkan tujuan yang telah ditetapkam sebelumnya baik di individu, organisasi, dan masyarakat.

Menurut Amstrong (1990,1) manajemen sumber daya manusia adalah suatu pendekatan terhadap manajemen manusia yang berdasarkan empat prinsip dasar. Pertama, sumber daya manusia adalah harta paling penting dimiliki oleh suatu organisasi, sedangkan manajemen yang efektif adalah kunci keberhasilan bagi organisasi tersebut. Kedua, keberhasilan ini sangat mungkin dicapai jika peraturan dan kebijaksanaan dan prosedur yang bertalian dengan manusia dari perusahaan tersebut saling berhubungan, dan memberikan sumbangan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Ketiga, kultur dan nilai perusahaan, suasana organisasi, dan perilaku manajerial yang berasal dari kultur tersebut akan

memberikan pengaruh yang besar terhadap hasil pencapaian yang terbaik. Keempat, manajemen sumber daya manusia berhubungan dengan integrasi yakni semua anggota organisasi tersebut terlibat dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

2.1.6 Tinjauan Tentang Pelatihan

2.1.6.1 Pengertian Pelatihan

Pelatihan menurut Andrew F.Sikula dalam Mangkunegara, (2000:43) mendefinisikan pelatihan sebagai berikut: *"Training is a short term educational process utilizing systematic and organized procedure by which non managerial personal learn technical knowledge and skill for a definite pyrpose".* Pelantihan adalah sesuatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu.

Mathis (2002:5) memberikan definisi mengenai "pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi oleh karena itu, proses ini terikat dengan berbagai tujuan organisasi, pelatihan dapat dipandang secara sempit ataupun luas".

Dengan demikian yang di kemukakan oleh Ambar Teguh Sulistiani dan Rosidah (2003:175), yang memberikan definisi mengenai pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur sistematik pengubahan perilaku para pegawai dalam satu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan organisasional.

Sedangkan menurut Bedjo Siswanto (2000:141) mengemukakan bahwa

> "pelatihan adalah manajemen pendidikan dan pelatihan secara menyeluruh mencakup fungsi yang terkandung di dalamnya, yakni perencanaan, pengaturan, pengendalian dan penilaian kegiatan umum maupun latihan keahlian, serta pendidikan dan latian khusus bagi para pegawai pengaturannya meliputi kegiatan formulasi, kebutuhan pemberian servis yang memuaskan, bimbingan, perijinan dan penyelaan".

Definisi Pelatihan menurut Martoyo (1994):

> "Pelatihan dimaksudkan untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu dalam waktu keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu dalam waktu yang relative singkat (pendek). Umumnya suatu pelatihan berupaya menyiapkan para karyawan untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan yang pada saat itu dihadapi."

Pelatihan merupakan sarana penting dalam pengembangan sumber daya manusia yang baik. Pengembangan di bidang pelatihan karyawan menurut Edwin B Flippo (1995:76) merupakan suatu usaha peningkatan *knowledge* dan *skill* seorang karyawan untuk menerapkan aktivitas kerja tertentu.

Wexley dan Yukl (1976:282) mengatakan bahwa pelatihan merupakan suatu istilah yang menunjukkan perencanaan, pembentukan dan memfasilitasi anggota organisasi atau karyawan dalam penggabungan keahlian, pengetahuan dan sikap yang sesuai dengan keadaan yang ada. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, pelatihan berarti suatu perubahan yang sistematis dari *knowledge, skill, attitude,* and *behavior* yang terus mengalami peningkatan yang dimiliki oleh setiap karyawan dengan itu dapat mewujudkan sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam pemenuhan standart sumber daya manusia yang diinginkan.

Pelatiahan terdiri dari program-program yang disusun terencana untuk memperbaiki kinerja di level individual, kelompok, dan organisasi, memperbaiki kinerja yang dapat diukur perubahannya melalui pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku sosial dari karyawan itu. (Wayne F. Cascio, 1995:245).

2.1.6.2 Jenis Pelatihan

Berdasarkan sumbernya metode pelatihan dibagi menjadi dua, antara lain :

1. *In-House training (IHT)* dapat berupa kegiatan *On the Job Training (OTJT),* seminar, sosialisasi, lokakarya, pelatihan internal perusahaan, dan pelatihan berbasis computer yang sumbernya berasal dari dalam perusahaan.
2. *External training* terdiri dari kursus-kursus, seminar, dan lokakarya yang diselenggarakan oleh asosiasi professional, lembaga pendidikan, trainer professional, yang dilakukan pihak lain di luar perusahaan.

2.1.6.3 Tujuan Pelatihan

Tujuan suatu pelatihan berhubungan erat dengan jenis pelatiahan. Tujuan pelatihan seorang manajer berbeda dengan tujuan pelatihan manajer bawahan, demikian pula tujuan pelatihan seorang manajer tidak sama dengan seorang staf.

Menurut Prabu A. (2003), Bahwa tujuan pelatihan antara lain :

1. Meningkatkan penghayatan jiwa dan ideologi
2. Meningkatkan produktivitas kerja
3. Meningkatkan kualitas kerja
4. Meningkatkan ketetapan perencanaan sumber daya manusia

5. Meningkatkan sikap moral dan semangat kerja
6. Meningkatkan rangsangan agar pegawai mampu berprestasi secara maksimal
7. Meningkatkan kesehatan dan keselamatan kerja
8. Menghindari keusangan (*obsolescence*)
9. Meningkatan perkembangan pribadi pegawai.

Menurut Andrew F. Sikula (1981:236) tujuan pelatihan dan pengembangan adalah :

1. Productivity

Dengan pelatihan akan dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan, dan perubahan tingkah laku. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

2. Quality

Penyelenggaraan pelatiahan tidak hanya dapat memperbaiki kualitas dari tenaga kerja namun diharapkan akan dapat memperkecil kemungkinan terjadi kesalahan dalam bekerja. Dengan demikian kualitas dari output yang dihasilakan akan tetap terjaga bahkan meningkat.

3. Human Resource Planning

Dengan adanya pelatihan akan memudahkan seorang pekerja untuk mengisis kekeosongan jabatan dalam suatu perusahaan, sehingga perencanaan tenaga kerja dapat dilakukan sebaik-baiknya. Dalam perencanaan sumber daya manusia salah satu diantaranya mengenai kualitas dan kuantitas dari tenaga

kerja yang direncanakan, untuk memperoleh tenaga kerja dengan kualitas yang sesuai dengan yang diarahkan.

4. *Morale*

   Diharapkan dengan adanya pelatihan akan dapat meningkatkan prestasi kerja dari karyawan sehingga akan dapat menimbulkan peningkatan upah karyawan. Hal tersebut akan dapat meningkatkan moril kerja karyawan untuk lebih bertanggung jawab terhadap tugasnya.

5. *Indirect Compensation*

   Pemberian kesempatan pada karyawan untuk mengikuti pelatihan dapat diartikan sebagai pemberi balas jasa atas prestasi yang telah dicapai pada waktu yang lalu, dimana dengan mengikuti program tersebut tenaga kerja yang bersangkutan mempunyai kesempatan untuk lebih dapat mengembangkan diri.

6. *Health and safety*

   Merupakan langkah terbaik dalam rangka mencegah atau mengurangi terjadinya kecelakaan kerja dalam suatu perusahaan sehingga akan menciptakan suasana kerja yang tenang, aman dan adanya stabilitas pada sikap mental mereka.

7. *Obsolence Prevention*

   Pelatihan akan mendorong inisiatif dan kreativitas tenaga kerja, langkah ini diharapkan akan dapat mencegah tenaga kerja dari sifat kadaluarsa. Artinya kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi.

8. Personal Growth

Memberikan kesempatan bagi seorang tenaga kerja untuk menigkatkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja termasuk meningkatkan perkembangan pribadinya.

2.1.6.4 Manfaat Pelatihan

Manfaat pelatihan menurut William B Werther dan Keith davis (1996:282), "*The benefits of training may extend throughout a person's career and help develop that person for future responsibilities".* Manfaat dari pelatihan mampu meningkatkan jenjang karier seseorang dan membantu pengembangan untuk penyelesaian-penyelesaian tanggung jawabnya di masa yang akan datang. Sedangkan menurut henry Simamora (1995:84) manfaat dari program pelatihan dan pengembangan yaitu :

a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas,
b. Mengurangi waktu belajar yang diperlukan karyawan untuk mencapai standar-standar kinerja yang diterima,
c. Menciptakan sikap, loyalitas dan kerjasama yang lebih menguntungkan,
d. Memenuhi persyaratan-persyaratan perencanaan sumber daya manusia,
e. Mengurangi jumlah dan biaya kecelakaan kerja, dan
f. Membantu karyawan dalam meningkatkan dan pengembangan pribadi mereka.

2.1.6.5 Proses Pelatihan

Terdapat 7 tahap dalam proses perancangan pelatihan yang efektif menurut Noe (2005:6), tahap pertama adalah mengadakan penilaian terhadap kebutuhan. Tahap kedua adalah memastikan bahwa pegawai memiliki motivasi dan keahlian dasar yang diperlukan pelatihan. Tahap ketiga adalah menciptakan lingkungan belajar. Tahap keempat adalah memastikan bahwa peserta mengaplikasikan isi dari pelatihan dalam pekerjaannya. Tahap kelima adalah mengembangkan rencana evaluasi yang meliputi identifikasi hal yang mempengaruhi hasi (*outcomes*) yang diharapkan dari pelatihan seperti perilaku, pembelajaran, keahlian).

Memilih rancangan evaluasi yang memungkinkan untuk menentukan hal yang berpengaruh terhadap hasil dari pelatihan, dan perencanaan untuk menunjukkan bagaimana pelatiahan mempengaruhi "bottom line". Tahap keenam adalah memilih metode paltiahan berdasarkan tujuan pembelajaran dan lingkungan pembelajaran. Tahap ketujuh adalah mengevaluasi program dan membuat perubahan atau revisi pada tahapan awal agar supaya dapat meningkatkan efektivitas pelatihan.

2.1.6.6 Prinsip-Prinsip Pelatihan

Pendidikan dapat dipandang sebagai salah satu bentuk investasi oleh karena itu bagi setiap organisasi yang ingin berkembang maka pelatihan bagi pegawai harus memperoleh pelatihan yang besar. Beberapa hal yang penting untuk diperhatikan di dalam menyelenggarakan pelatihan adalah:

1. Perbedaan Individu

Di dalam merencanakan suatu program pelatihan seorang instruktur harus menyadari akan adanya individu dari masing-masing peserta. Daya tangkap dari setiap peserta berbeda-beda dan selain itu masih ada perbedaan lainnya seperti perbedaan lainnya yaitu belakang, pendidikan, pengalaman, dan minat.

2. Motivasi

   Motivasi merupakan faktor penting dalam membangkitkan semangat belajar. Setiap individu yang mempunyai tujuan tertentu di hubungakan dengan keperluan sehingga indvidu tersebut akan lebih tepat menyesuaikan diri dalam proses belajar.

3. Hubungan dengan analisis jabatan

   Keterangan dari analisis jabatan harus menunjukkan pengetahuan dan kecakapan apa yang diperlukan oleh masing-masing jabatan tersebut, kemudian pelatiahan harus disesuaikan dengan kebutuhan tersebut.

4. Pemilihan peserta pelatihan

   Selain ditunjukkan untuk karyawan baru, pelatihan juga diperuntukan untuk mempersiapkan pegawai lama yang mempunyai minat dan bakat untuk memenuhi jabatan-jabatan penting di perusahaan. Oleh karena itu untuk memenuhi keperluan tersebut maka perlu dipilih yang benar-benar tepat dapat mengajar dengan baik.

5. Prinsip-prinsip Belajar

   Di dalam pelatihan ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan yaitu:

   1. Participation

Artinya dalam pelaksanaan pelatiahan para peserta harus ikut aktif karena dengan partisipasi peserta maka akan lebih cepat menguasai dan mengetahui berbagai materi yang diberikan.

2. *Repetition*

   Artinya senantiasa dilakukan secara berulang karena dengan ulangan-ulangan ini peserta-peserta akan lebih cepat untuk memahami dan mengingat apa yang telah diberikan.

3. *Relevance*

   Artinya harus saling berhubungan sebagai contoh para peserta pelatihan terlebih dahulu diberikan penjelasan secara umum tentang suatu pekerjaan sebelum mereka mempelajari hal-hal khusus dari pekerjaan tersebut.

4. *Tranference*

   Artinya program pelatiahan harus disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang nantinya akan dihadapi dalam pekerjaan yang sebenarnya.

5. *Feedback*

   Artinya setiap program pelatihan yang dilaksanakan selalu dibutuhkan adanya umpan balik yaitu untuk mengukur sejauhmana keberhasilan dari program pelatihan tersebut. Dengan adanya umpan balik ini maka peserta akan dapat memperoleh informasi tentang hasil yang dicapai dan hal ini akan meningkatkan motivasi mereka dalam bekerja serta dapat mengetahui hasil kerja mereka.

2.1.6.7 *Trainer* / Pelatih

Pelatih dapat berupa individu atau kelompok yang memberikan beragam pelatihan seperti yang diungkapkan oleh Hasibuan, bahwa " pelatih atau instruktur yaitu seseorang atau tim yang memberikan latihan.pendidikan kepada karywan. (Hasibuan, 2005:73).

Pelatih sebagai komunikator dalam kegiatan pelatihan ini memiliki peranan dalan memberikan pelatihan sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Malayu S.P. Hasibuan, bahwa pelatih (trainer) memberikan peranan penting terhadap kemajuan kemampuan para karyawan yang akan dikembangkan. (Hasibuan, 2005: 73)

Analoui (2004) menyatakan bahwa *trainer* atau *educators* peranan penting dalam perkembangan dan perubahan organisasi, meraih tujuan dan kompetensi serta pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan peserta. Seorang trainer mempunyai pengaruh terhadap peserta pelatihan. Menurut Poon teng Fat (2003) trainer yang baik adalah trainer yang dapat menciptakan suasana pembelajaran kondusif sehingga peserta termotivasi untuk menyerap informasi yang disampaikan oleh *trainer* tersebut.

Analoui (2004) menguraikan pula tentang daftar kemampuan yang perlu dimiliki seorang *trainer* agar pelatihan lebih efektif, yaitu (1) pengetahuan yang up to date dan kemampuan teknikal dan sosial, (2) menguasai cara pembelajaran yang sesuai (3) dapat beradaptasi dengan kebutuhan peserta dan lingkungan budaya organisasi, (4) kepekaan atas aspek diluar organisasi seperti politik atau

kondisi sosial ekonomi, (5) perhatian atas kualitas dan kuantitas materi yang akan ditransfer.

Peterson (1990) menyatakan dalam penelitiannya bahwa terdapat lima variabel yang paling berpengaruh pada kesuksesan dari pelatihan yaitu tujuan yang jelas, isi yang relevan, teknik yang tepat, kemampuan *trainers*, dan siapa yang melatih. Pernyataan tersebut mengisyaratkan bahwa adanya trainer yang berkualitas berdampak pada keberhasilan dari pelaksanaan pelatihan. Keberhasilan pelaksanaan pelatihan berkaitan erat dengan bertambahnya pengetahuan dan kemampuan peserta yang merupakan indicator dari efektivitas pelatihan.

a. Syarat-syarat pelatih

Hasibuan (2005:71) selanjutnya menerangkan mengenai syarat-syarat pelatih sebagai komunikator dalam pelatihan harus memiliki kemampuan sebagai berikut :

- *Teaching skills.*
- *Communication skills*
- *Personality authority*
- *Social skills*
- *Technical competent*
- Stabilitas emosi

b. Indikator Trainer

Untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, maka indikator *trainer* atau pelatih dapat dilihat di bawah ini, (Hasibuan, 2005:71) :

- Pendidikan *trainer* atau instruktur pelatihan
- Komunikatif yang dibangun oleh trainer dalam proses pelatihan
- *Personality* atau karakter yang dimiliki oleh seorang *trainer*
- Humanis dalam kegiatan pelatihan

2.1.7 Tinjauan Tentang Efektivitas Pelatihan

Efektivitas pelatihan terdiri dari dua kata, yakni efektivitas dan pelatihan. Pengertian efektivitas adalah tolak ukur tercapainya tujuan atau sasaran dari suatu kegiatan atau program dengan melihat ketepatan penggunaan input (unsur-unsur yang digunakan dalam suatu kegiatan atau program) serta tercapainya tujuan da sasaran dari sebuah kegiatan. Sedangkan yang dimaksud dengan pelatihan adalah suatu proses pendidikan yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dengan dibantu oleh instruktur (*trainer*) dalam waktu yang relative singkat sesuai dengan kebutuhan serta tujuan yang ingin dicapai sebuah organisasi.

Jadi, yang dimaksud dengan efektivitas pelatihan adalah tolak ukur tercapainya tujuan atau sasaran program pelatihan dengan melihat ketepatan penggunaan input (unsur-unsur pelatihan) serta tercapainya tujuan dan sasaran pelatihan. Efektivitas pelatihan merupakan hasil akhir pelatihan yang

dilaksanakan untuk perusahaan yang berupa bertambahnya pengetahuan, keterampilan dan kemampuan peserta sehinngga mereka dapat bekerja lebih baik.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pelatihan

Menurut Veithzal Rivai (2004:240) faktor-faktor yang menunjang kearah efektivitas pelatihan, antara lain:

1. Materi atau isi pelatihan
2. Metode pelatihan
3. Pelatih (instruktur/*trainer*)
4. Peserta pelatihan
5. Sarana pelatihan
6. Evaluasi pelatihan

b. Ukuran Efektivitas Pelatihan

Menurut Alliger dan janak (2001) terdapat empat ukuran dari efektivitas pelatihan, yaitu sebagai berikut ini:

1. Reaksi

   Merupakan ukuran efektivitas pelatihan yang dilihat dari reaksi para peserta pelatihan, terutama reaksi yang bersifat langsung.

2. Proses Belajar

   Merupakan ukuran efektivitasan pelatihan yang dilihat dari seberapa besar peserta pelatihan mampu menyerap ilmu pengetahuan yang diberikan dalam pelatihan.

3. Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku ini berupa dampak dari perilaku adanya perubahan sikap dari sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan.

4. Hasil

   Merupakan ukuran efektivitas pelatihan yang dilihat dari pencapaian tujuan organisasi karyawan, kualitas kerja, efesiensi waktu, jumlah *out put* dan penurunan pemborosan.

Haywood (2001) menyatakan bahwa terdapat delapan hal yang mempengaruhi efektivitas pelatihan, yaitu berikut ini :

1. Dukungan organisasi atas perubahan.
2. Komitmen dan kepercayaan yang juat dalam pendidikan, pelatihan dan pengembangan individu.
3. Pelatihan dan pengembangan harus berhubungan dengan strategi dan tujuan bisnis.
4. Formulasi dan implementasi tentang bisnis.
5. Peserta tidak hanya menerima pengetahuan dan kemampuan tetapi juga mendemonstrasikan kompetensi, termasuk untuk menemukan keinginan pelanggan.
6. Menyusun tujuan dan hasil yang diharapkan dari pelatihan.
7. Adanya spesifikasi dalam pelatihan.
8. Evaluasi menyeluruh atas efektivitas pelatihan dan komitmen peserta selama proses pelatihan.

c. Indikator Efektivitas Pelatihan

Untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, maka indicator efektivitas pelatihan dapat dilihat dari beberapa indicator di bawah ini. (Hasibuan, 2005:72).

1. Tambahan pengetahuan atau kemampuan peserta atau wawasan
2. Kemampuan peserta mengingat isi pelatihan atau kemampuan
3. Kemampuan peserta mempraktikan materi pelaihan atau trampil.

2.1.8 Tinjauan Tentang Kualitas Kerja

Sumber daya manusia perlu dikembangkan secara terus menerus agar diperoleh kerja sumber daya manusia yang berkualitas dalam artiyang sebenarnya, yaitu pekerjaan yang dilaksanakan akan menghasilkansesuatu yang memang dikehendaki. Berkualitas bukan hanya pandai saja,memenuhi semua syarat kualitatif yang dituntut pekerjaan itu, sehingga pekerjaan itu benar-benar dapat diselesaikan sesuai rencana.

Konsep kualitas atau mutu dipandang sesuatu yang relatif, yang tidak selalu mengandung arti yang bagus, baik, dan sebagainya. Kualitas atau mutu dapat mengartikan sifat-sifat yang dimiliki oleh suatu produk barang ataupun jasa yang menunjukkan kepada konsumen kelebihan–kelebihan yang dimiliki oleh barang atau jasa tersebut.

2.1.8.1 Pengertian Kualitas Kerja

Yoyon B. Irianto dalam Casmita (2003:28) yang menyebutkan bahwa "kualitas adalah paduan sifat-sifat barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi pelanggan".

Menurut Marcana (2001:21) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas kerja yaitu : "Kualitas kerja adalah wujud perilaku atau kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan harapan dan kebutuhan atau tujuan yang hendak dicapai secara efektif dan efisien".

Heidjrachman dan Suad Husanan, (1993 ; 23) "Kualitas kerja pegawai adalah seorang pegawai yang memenuhi syarat kualitatif yang dituntut oleh pekerjaannya, sehingga pekerjaan itu benar- benar dapat diselesaikan". Sedar Mayanti, (1993 ; 18). "Kualitas kerja atau disebut kualitas kehidupan kerja adalah keadaan dimana para pegawai dapat memenuhi kebutuhan mereka yang penting dengan bekerja dalam organisasi".

Gary Dessler, (1992 ; 476), Tujuan utama penerapan beberapa program kualitas kerja pegawaipada suatu perusahaan yaitu program-program yang bertujuan memotivasikan pegawai melalui upaya pemenuhaan kebutuhan tingkat tinggi mereka untuk berprestasi, harga diri, dan perwujudan diri. Program-program ini termasuk manajemen berdasarkan sasaran, gugus kualitas, waktu lentur, dan pemerkayaan pekerjaan yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada pegawai untuk memenuhi tingkat mereka ditempat kerja, melalui pencapaian unsur-unsur yang lebih menantang dan luwes pekerjaan mereka.

Kualitas kerja mengacu pada kualitas sumber daya manusia (Matutina,2001:205) kualitas sumber daya manusia mengacu pada :

a. Pengetahuan (*Knowledge*) yaitu kemampuan yang dimiliki karyawan yang lebih berorientasi pada intelejensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki karyawan.
b. Keterampilan (*Skill*), kemampuan dan penguasaan teknis operasional di bidang tertentu yang dimiliki karyawan.
c. *Abilities* yaitu kemampuan yang terbentuk dari sejumlah kompetensi yang dimiliki seseorang karyawan yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerjasama, dan tanggungjawab.

Menurut Hasibuan (2007:87) menyatakan bahwa :"penilaian adalah kegiatan manajemen untuk mengevaluasi perilaku dan hasil kerja karyawan serta menetapkan kebijaksanaan selanjutnya."

Berdasarkan definisi diatas ada dua hal yang dievaluasi dalam menilai kinerja karyawan yaitu perilaku dan kualitas kerja karyawan. Yang dimaksud dengan penilaian perilaku yaitu kesetiaan, kejujuran, kepemimpinan, kerjasama, loyalitas, dedikasi dan partisipasi karyawan. Sedangkan kulaitas kerja adalah suatu standar fisik yang diukur karena hasil kerja yang dilakukan atau dilaksanakan karyawan atas tugas-tugasnya.

Menurut **Flippo (1995:28)** berpendapat tentang kualitas kerja sebagai berikut:

"meskipun setiap organisasi berbeda pandangan tentang standar dari kualitas kerja pegawai, tetapi pada intinya efektivitas dan efesiensi menjadi ukuran yang

umum.” Bertitik tolak dari definisi yang diberikan oleh **Flippo (1995: 28)** tersebut maka dapat dikatakan bahwa inti dari kulaitas kerja adalah suatu hasil yang dapat diukur dengan efektivitas dan efesiensi suatu pekerja yang dilakukan oleh sumberdaya manusia atau sumberdaya lainnya dalam pencapaian tujuan atau sasaran perusahaan dengan baik dan berdaya guna.

Kualitas sumberdaya manusia memiliki manfaat ditinjau dari pengembangan perusahaan yaitu:

1. Perbaikan kinerja.
2. Penyesuaian kompensasi.
3. Keputusan penempatan.
4. Kebutuhan pelatihan.
5. Perencanaan dan pengembangan karier.
6. Efisiensi proses penempatan staf.
7. Kesempatan kerja yang sama.

2.1.8.2 Faktor-faktor untuk meningkatkan Kualitas Kerja

Menurut Bitner dan Zeithaml (dalam Riorini, 2004:22) menyatakan untuk dapat meningkatkan *performance quality* (kualitas kerja) ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memberikan pelatihan atau *training*, memberikan insentive atau bonus dan mengaplikasikan atau menerapkan teknologi yang dapat membantu meningkatkan efesiensi dan efektivitas kerja.

Menurut Gray Dessler (1992 ;476) kualitas kerja pegawai dapat tercapai apabila para pegawai dapat memenuhi kebutuhan mereka yang penting dapat

bekerja dalam organisasi., dan kemampuan untuk melakukan hal itu dipengaruhi atau bergantung pada apakah terdapat adanya :

1. Perlakuan yang *fair*, adil, dan sportif terhadap para pegawai.
2. Kesempatan bagi tiap pegawai untuk menggunakan kemampuan secarapenuh dan kesempatan untuk mewujudkan diri, yaitu untuk menjadiorang yang mereka rasa mampu mewujudkannya.
3. Komunikasi terbuka dan saling mempercayai diantara semua pegawai.
4. Kesempatan bagi semua pegawai untuk berperan secara aktif dalampengambilan keputusan-keputusan penting yang melibatkan pekerjaan-pekerjaan mereka.
5. Kompensasi yang cukup dan *fair*.
6. Lingkungan yang aman dan sehat

Menurut Sunu (dalam Flippo, 1995:91) menyatakan bahwa penting untuk menciptakan lingkungan untuk meningkatkan kulaitas kerja, yaitu:

1. Tanggungjawab dan kepentingan pimpinan untuk menciptakan lingkungan peningkatan kulaitas kerja.
2. Nilai, sikap dan perilaku yang disetujui bersama diperlukan untuk meningkatkan mutu.
3. Sasaran peningkatan kualitas yang diterapkan oleh organisasi.
4. Komunikasi terbuka dan kerjasama tim baik.
5. Pengakuan dapat mendorong tindakan yang sesuai dengan nilai, sikap dan perilaku untuk meningkatkan mutu.

Menurut Leiter (1997) berpendapat bahwa enam faktor utama yang menyebabkan menurunnya kulaitas kerja karyawan yaitu:

1. Beban kerja berlebihan yaitu terlalu banyaknya pekeraan, sedikitnya waktu yang tersedia dan tidak adanya dukungan sistem menghabiskan cadangan sumberdaya dan berdampak pada menurunnya kualitas kerja.
2. Kurangnya wewenang yaitu besarnya tanggungjawab yang harus dipikul namun tidak disertai wewenang dalam membuat keputusan.
3. Imbalan yang tidak memadai yaitu kecilnya upah dibandingkan dengan volume pekerjaan, tidak menariknya skema insentif dari target yang ingin dicapai, terjadinya perubahan kebijakan yang lebih buruk dari kebijakan sebelumnya.
4. Hilangnya sambung rasa yaitu terjadinya pengkotak-kotakan penugasan yang berdampak pada meningkatnya isolasi sosial dalam lingkungan kerja.
5. Perlakuan yang tidak adil yaitu perlakuan yang tidak sama dan bukan berdasarkan kompetensi.\
6. Terjadinya konflik nilai yaitu ketidak-sesuaian antara prinsip pribadi dengan tuntutan pekerjaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjadikan alur pikir lebih terarah, menjadikan alat pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Disini peneliti mencoba menjelaskan mengenai pokok masalah dari penelitian yang dimaksud untuk menegaskan, meyakinkan dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis ini, peneliti akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variable dimana variable x yaitu efektivitas dan variabel y yaitu kualitas kerja.

Kajian penelitian ini difokuskan pada komunikasi organisasi. Dimana pada ini terjadi kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yang diberikan kepada para agennya yang mana disebut sebagai mitra bisnis commonwealth. Kegiatan ini perlu dilakukan dalam suatu organisasi dimana hal tersebut diharapkan dapat memberikan pengaruh yang baik guna mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Karena ini merupakan sala satu untuk pengembangan sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Hal ini selaras dengan teori manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan Tulus (1992) dalam Suharyanto dan Hadna (2005, 13), manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian , pemelihara

dan pemutusan hubungan tenaga kerja dimaksud membantu tujuan organisasi, individu, dan masyarakat. Dalam pendapat Tulus (1992) tersebut, pemahaman manajemen sumber daya manusia yang dilakukan dalam empat fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Selain itu, melalui berbagai kegiatan dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia diharapkan mampu bekerja secara efektif dan efesien tersebut guna mewujudkan tujuan yang telah dtetapkan sebelumnya baik itu individu, organisasi, dan masyarakat.

Sehingga peneliti berdasarkan pada teori manajemen sumber daya manusia menurut Tulus yang menjelaskan bahwa dari pengembangan sumber daya manusia yang perlu dilakukan setiap organisasi, yang salah satunya bisa melalui komunikasi organisasi yang baik serta perencanaan kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas kerja pegawai itu sendiri. Oleh karena itu disini juga sangat diperlukannya keefektifan komunikasi dapat mempengaruhi proses perencanaan kegiatan yang akan dilakukan yaitu melalui pelatihan. Komunikasi dapat dkatakan efektif atau berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator sehingga dapat mengubah sikap komunikan. Artinya kredibilitas komunikator mendukung pada keefektivitasan komunikasi.

Menurut Andre Hardjana untuk mengukur keefektifan suatu komunikasi, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Sumber Pesan (*Source*)

   Merupakan orang yang memberikan pesan kepada pengguna.

2. Isi Pesan (content)

   Merupakan isi pesan yang diterima atau disalurkan.

3. Media (media)

   Merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator atau sumber dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan atau pemakai.

4. Penerima atau pemakai (receiver or uses)

   Merupakan penerima pesan yang dituju atau komunikan yang dituju.

   (Hardjana :2000).

   Dari penjelasan diatas, peneliti menarik indicator variabel x sebagai berikut :

   1. Kredibilitas komunikator
   2. Isi pesan yang disampaikan
   3. Media yang digunakan

Penerima atau pemakai yang ada pada point keempat dalam teori yang diambil, pada penelitian ini tidak digunakan karena yang menjadi sampel penelitian ini adalah peserta pelatihan *commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa itu sendiri. Jadi, agar penelitian ini mendapatkan jawaban yang akurat peneliti tidak mengikut sertakan penerima atau pemakai sebagai indikator pada variabel x. dengan digunakannya penerima atau pemakai menjadi indikator maka artinya peserta pelatihan akan menilai diri mereka sendiri pada pelatihan yang diberikan terhadap kualitas kerja mereka.

Untuk pengukuran kualitas kerja, sebagaimana berhubungan dengan teori manajemen sumber daya manusia yang telah dikemukakan diatas mengenai kualitas manajemen sumber daya manusia. Maka dari itu, peneliti menggunakan

teori dari Matituna yang mengatakan Kualitas kerja mengacu pada kualitas sumber daya manusia (2001:205)

a. Pengetahuan (*Knowledge*) yaitu kemampuan yang dimiliki karyawan yang lebih berorientasi pada intelejensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki karyawan.
b. Keterampilan (*Skill*), kemampuan dan penguasaan teknis operasional di bidang tertentu yang dimiliki karyawan.
c. *Abilities* yaitu kemampuan yang terbentuk dari sejumlah kompetensi yang dimiliki seseorang karyawan yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerjasama, dan tanggungjawab.

   Dari teori diatas maka peneliti menentukan indikator Y sebagai berikut:

   1. Pengetahuan
   2. Keterampilan
   3. Abilities

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka ini berisi tentang mengaplikasian dari kerangka teoritis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pengaplikasian ini meliputi kombinasi antara unsur-unsur yang terkandung pada tiap teori yang telah diterapkan. Berkaitan dengan Efektivitas Pelatihan terhadap kualitas kerja mitra kerja Commonwealth Life agensi satria muda Bandung.

Untuk lebih jelasnya maka peneliti akan memaparkan penjelasan mengenai indikator-indikator pada variabel X dan variabel Y. Berikut adalah penjelasan untuk variable X :

1. Kredibilitas komunikator

   Kredibilitas komunikator yang dimaksud adalah kredibilitas pelatih pada pelatihan commbasic "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung.

2. Isi Pesan

   Isi pesan yang dimaksud adalah bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh pelatih pada pelatihan commbasic "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung.

3. Media

   Media yang dimaksud adalah media apa saja yang digunakan dan disediakan saat pelatihan commbasic "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung. (Hardjana,2000)

Berikut penjelasan variabel Y :

1. Pengetahuan (*Knowledge*) yang dimaksud adalah kemampuan yang dimiliki mitra bisnis yang lebih berorientasi pada intelejensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki mitra bisnis PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung setelah mengikuti Pelatihan Commbasic "mengenal lebih jauh asuransi jiwa".
2. Keterampilan (*Skill*), yang dimaksud adalah kemampuan dan penguasaan teknis operasional di bidang asuransi jiwa yang didapatkan mitra bisnis

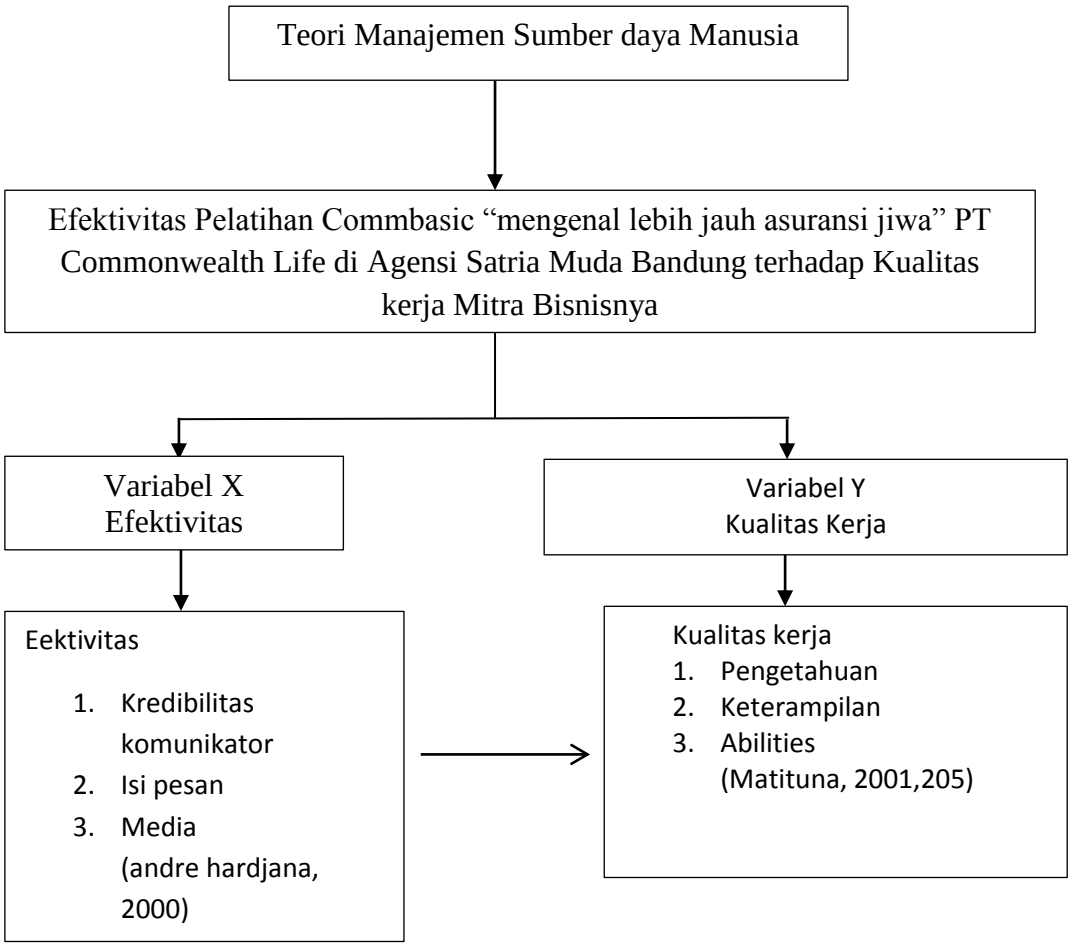
setelah mengikuti pelatihan commbasic “mengenal lebih jauh asuransi jiwa” PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung.

3. *Abilities* yang dimaksud adalah kemampuan yang terbentuk dari sejumlah kompetensi yang dimiliki seseorang mitra bisnis PT Commonwealth Life di Agensi Satria Muda Bandung setelah mengikuti pelatihan commbasic “mengenal lebih jauh asuransi jiwa” yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerjasama, dan tanggungjawab. (Matutina, 2001)

Dari pemaparan kaitan variabel X dan Y diatas, berikut model kerangka pemikiran peneliti :

Gambar 2.1

Model Kerangka Pemikiran



Sumber : Pemikiran Peneliti 2015

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul. Hipotesis kerja (H1) menyatakan hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan hipotesis nol (H0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y. Definisi hipotesis menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D adalah merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.3.1 Hipotesis Induk

H1 : ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

H0 : tidak ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

2.3.2 Sub Hipotesis

1. H1 : ada pengaruh **Kredibilitas Komunikator** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

   H0 : tidak ada pengaruh **Kredibilitas Komunikator** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

2. H1 : ada pengaruh **Isi Pesan** yang disampaikan Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

   H0 : tidak ada pengaruh **Isi Pesan** yang disampaikan Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

3. H1 : ada pengaruh **Media** yang digunakan Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

H0 : tidak ada pengaruh **Media** yang digunakan Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Kualitas Kerja** Mitra Bisnisnya.

4. H1 : ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Pengetahuan** Mitra Bisnisnya.

   H0 : tidak ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Pengetahuan** Mitra Bisnisnya.

5. H1 : ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap **Keterampilan** Mitra Bisnisnya.

   H0 : tidak ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap **Keterampilan** Mitra Bisnisnya.

6. H1 : ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life di Agency Satria Muda Bandung terhadap ***Abilities*** Mitra Bisnisnya.

   H0 : tidak ada pengaruh **Efektivitas** Pelatihan *Commbasic* "mengenal lebih jauh asuransi jiwa" PT Commonwealth Life Agency Satri Muda Bandung terhadap ***Abilities*** Mitra Bisnisnya.