BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti yang terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Peneliti

NO	Uraian	Slamet Eko Nurdiansyah	Mohamad Widiyatno	Setia budi	Mohamad irfan
		2006	2012	2013	2014
1	Universitas	UNIKOM	UNIKOM	UNISMA	UNIKOM
2	Judul Penelitian	Peranan *Human Relation*s Di Carrefour Bandung Dalam Meningkatkan Sikap Dan Perilaku Positif Karyawan	Daya Tarik *Human Relations* Pimpinan Di Pusat Teknologi Nuklir Bahan Dan Radiometri Bandung Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya	Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Human Relations* Oleh Kepala Bidang Pelayanan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) Pada Dinas Sosial Kota Bekasi	Pelakasaan Prinsip-Prinsip *Human Relation* Oleh Pimpinan CV. Harya Teknik (Studi Deskriptif Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Human Relations* Oleh Pimpinan CV. Harya Teknik Dalam Menciptakan Motivasi Kerja)

3	Tujuan Penelitian	Untuk Mengetahui Bagaimana Peranan *Human Relations* Di Carrefour Bandung Dalam Meningkatkan Sikap Dan Perilaku Positif	Untuk Mengetahui Bagaimana Daya Tarik *Human Relations* Pimpinan Di Pusat Teknologi Nuklir Bahan Dan Radiometri (PTNBR) Bandung	Untuk Mengetahui Bagaimana Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Human Relations* Oleh Kepala Bidang Pelayanan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) Pada Dinas Sosial Kota Bekasi	Untuk mengetahui Bagaimana Pelakasaan Prinsip-Prinsip *Human Relation* Oleh Pimpinan CV. Harya Teknik (Studi Deskriptif Pelaksanaan Prinsip-Prinsip *Human Relations* Oleh Pimpinan CV. Harya Teknik Dalam Menciptakan Motivasi Kerja)
4	Metode Penelitian	Metode Deskriptif Analisis Dengan Pendekatan Kuantitatif	Metode Analisis Korerasional Dengan Pendekatan Kuantitatif	Metode Deskriptif Analisis Dengan Pendekatan Kuantitatif	Metode Deskriptif Dengan Pendekatan Kualitatif
5	Hasil Penelitian	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Peranan *Human Relations* Sudah Dinilai Dengan Baik Oleh Para Karyawan Carrefour Bandung Dikarenakan Karyawan Telah Merasakan Perubahan Yang Positif Dalam Dirinya Sehingga Dalam Hal Ini *Human Relations* Dapat Meningkatkan	Hasil Penelitian Ini Menunjukan Bahwa Hubungan Antara Daya Tarik Human Relations Pimpinan Dengan Motivasi Kerja Karyawannya Memiliki Hubungan Yang Tinggi/Kuat, Signifikan Dan Searah	Hasil Penelitian Ini Menunjukan Bahwa Pelaksaan Prinsip-Prinsip *Human Relations* Oleh Kepala Bidang Pelayanan Penyadang Kesejateraan Sosial Sudah Dilaksanakan Dengan Baik, Namun Belum Sepenuhnya Optimal.	Hasil Penelitian Pelaksanaan Prinsip Suasana Kerja Yang Dilakukan Pimpinan CV. Harya Teknik Bekasi Dalam Menciptakan Motivasi Kerja Yaitu Melakukan Kegiatan Seperti Acara *Family Da*y. Prinsip Balas Jasa Yang Dilakukan Yaitu Memberikan Upah Sesuai UMR, Memberikan *Souvenir* Kepada Karyawan

		Sikap Dan Perilaku Positif Karyawan			Berprestasi, Prinsip Sifat Pekerjaan Yang Dilakukan Yaitu Dengan Cara Memberikan Pelatihan Khusus Bagi Karyawan *Enggenering*, Melakukan *Inventarisasi*

2.1.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, sebagai cabang ilmu yang begitu kompleks dan berasal dari berbagai cabang ilmu lainnya. Berbicara komunikasi, maka kita pun akan berbicara tentang hubungan antar individu yang didalamnya terjadi pertukaran lambang lambang. Sebagaimana diungkapkan oleh William Albig dalam buku ilmu komunikasi pengantar studi, menyatakan "Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti bagi individu-individu." (Widjaja, 2000:15).

2.1.1.1. Defenisi Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial tidak akan pernah luput dari interaksi antar sesamanya yang memerlukan sebuah proses yang dinamakan komunikasi. Komunikasi adalah dasar dari segala kegiatan yang dilakukanoleh manusia dalam menjalin hubungan dengan dirinya sendiri, orang lain, lingkungan, bahkan dengan sang pencipta.

Istilah komunikasi dikemukakan oleh Willbur Schram dalam buku yangberjudul ilmu komunikasi suatu pengantar dari Deddy Mulyana, menyatakan bahwa:

> "Istilah komunikasi dalam bahasa inggris communication, berasal daribahasa latin yaitu *communis* yang memiliki arti sama. *Cummunico,communication, atau communicare* yang berarti membuat sama *(to makecommon*)". (Mulyana,2010:46).

Pengertian komunikasi secara singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat unuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya". (Cangara,2011:19). Jika kita lihat paradigm lasswell ini menggambarkan lima unsur komunikasi yang dijadikan sebagai jawaban dari pertanyaan yang dia kemukakan, antara lain :

1. siapa yang menyampaikan : komunikator
2. apa yang disampaikan : pesan
3. melalui saluran apa : media
4. kepada siapa : komunikan
5. apa pengaruhnya : efek (lasswell dalam effendi, 2006:54)

Formula lasswell ini menggambarkan bahwa komunikasi itu adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media yang menimbulkan efek (Effendy,2006:54). Beda

dengan Harold D. Lasswell, sebuah pakar komunikasi Carl I Hovland seusai perang dunia ke-II , mendefinisikan komunikasi sebagai :

> "*The Proces by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates)*". (proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambing bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)". (Effendy,2006:49).

Definisi yang dikemukakan di atas adalah definisi komunikasi secara sederhana dan belum dapat mewakili dari banyaknya definisi yang dikemukakan para ahli komunikasi didunia ini. Akan tetapi Shanon dan Weaver (1949) dalam buku Hafied Cangara, berpendapat bahwa :

> "Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja tau tidak disengaja. Tidak terbaas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi". (Cangara,2011:21).

Berdasarkan Definisi komunikasi di atas yang diungkapkan para pakar begitu kompleks dan beragam sesuai dengan cara pandang masing masing pakar. Wajar jika komunikasi menjadi sebuah kebutuhan dalam hidup kita yang tidak pernah terlepas dari komunikasi baik dengan diri sendiri, antar sesama, dengan lingkungan, bahkan dengan sang pencipta dengan menggunakan pesan pesan baik verbal maupun nonverbal.

2.1.1.2. Unsur Komunikasi

Menurut , Deddy Mulyana ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yang terdiri dari :

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dalam artian komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan. Seorang komunikator harus pintar membaca perasaan atau pikiran komunikan, agar komunikan dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.

b. Pesan

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh, juga melalui musik, lukisan, patung, tarian, dan sebagainya.

c. Media

Media yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran merujuk pada penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka)

atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi).

d. Komunikan

Komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun non verbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami.

e. Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya. (Mulyana, 2003 : 63-64).

2.1.1.3. Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan (level), dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intra pribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intra pribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

   Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons non verbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antar pribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. Komunikasi Kelompok

   Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya kelurga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

4. Komunikasi Publik

   Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum (public), misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

   Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

6. Komunikasi Massa

   Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik). (Mulyana, 2003 : 72-75)

2.1.1.4. Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat adapun beberapa sifat komunikasi tersebut:

1. Tatap muka *(face-to-face)*

2. Bermedia *(Mediated)*
3. Verbal (Verbal) Lisan *(Oral)* Tulisan
4. Non verbal (Non-verbal) Gerakan atau isyarat badaniah *(Gestural)* Gambar *(Pictorial).* (Effendy, 2009 : 7).

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik *(feedback)* dari komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung *(face-to-face)* tanpa mengunakan media apapun, komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan *(Oral)* dan tulisan *(Written/printed).* Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (gesturual) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.1.5. Proses Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik

dengan berbagai tujuannya. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek", Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

1. Proses Komunikasi Primer

   Sebagaimana yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy :

   "Proses komunikasi secara *primer* adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan." (Effendy, 2009: 11). Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka." (Effendy, 2009: 11). Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses

membuat pesan setala Effendy mengatakan bahwa, "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan *(frame of reference)*, yakni paduan pengalaman dan pengertian *(collection of experiences and meanings)* yang pernah diperoleh oleh komunikan." (Effendy, 2009:13). Kemudian Wilbur Schramm menambahkan, sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, "Bidang pengalaman *(field of experience)* merupakan faktor yang penting dalam komunikasi." (Effendy, 2009:13). Pernyataan ini mengandung pengertian, jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar.

2. Proses Komunikasi *Sekunder*

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa "Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama." (Effendy, 2009:16). Proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai

sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu. Maka, dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Menurut Effendy pada proses komunikasi secara sekunder, media yang dipergunakan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Media Massa *(Mass Media)*, yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relative amat banyak. Seperti seperti surat kabar, radio, televisi, film.
b. Media Non Massa, yakni tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.Seperti telepon,surat,telegram,spanduk, papan pengumuman. (Effendy, 2009:18).

2.1.1.6. Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap *(attitude change)*
2. Perubahan pendapat *(opinion change)*
3. Perubahan perilaku *(behavior change)*
4. Perubahan sosial *(social change).* (Effendy, 2009: 8)

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

2.1.1.7. Fungsi Komunikasi

Komunikasi begitu penting bagi manusia, sehingga 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 Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

William I. Gorden dalam buku Deddy Mulyana, yang berjudul ilmu komunikasi suatu pengantar mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Komunikasi sosial

   Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaam (emosi) kita. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi Ritual

   Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagarites of passage, mulai dari upacara

kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain.

4. Komunikasi Instrumental

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum,yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Mempelajari organisasi adalah mempelajari perilaku pengorganisasian, dan inti perilaku tersebut adalah komunikasi. Setelah mengetahui hakikat organisasi dan komunikasi, maka kita dapat melihat arah dan pendekatan yang ada pada komunikasi organisasi. "Komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan orang-orang. Komunikaasi organisasi adalah suatu disiplin ilmu yang mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat". (Pace dan Faules,2002:25).

R.Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, mendefinisikan komunikasi organisasi adalah 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 hierarki antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan". (Pace dan Faules, 2000 : 31)

Masih dalam bukunya, R.Wayne Pace dan Don F. Faules mengatakan bahwa Suatu pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang. Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus-menerus berubah yang dilakukan antara orang-orang antara yang satu dengan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. Sedangkan pandangan objektif menyarankan bahwa sebuah organisasi adalah sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret, dan merupakan struktur dengan batas-batas yang pasti. Istilah "organisasi" mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan (Pace dan Faules dalam Mulyana,2005:11).

Pernyataan Pace dan Faules tersebut memperlihatkan bahwa dalam pandangan subjektif organisasi merupakan kegiatan yang dilakukan orang-orang yang satu sama lain saling berinteraksi. Sedangkan pandangan objektif menganggap organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu tersebut memiliki perbedaan posisi yang jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan. Di samping itu, dalam sebuah

institusi baik yang komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

Komunikasi organisasi menurut Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", yaitu :

> "Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip".(Mulyana, 2005 :75)

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi" adalah sebagai berikut, "Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi".(Wiryanto, 2004 : 54).

2.1.2.2. Arus Komunikasi Dalam Organisasi

Terdapat beberapa arus komunikasi orgnisasi. Pace & Feules dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan" mengemukakan bahwa didalam Komunikasi Organisasi terdapat 4 dimensi komunikasi yaitu:

1. Komunikasi ke atas *(Upward Communication).*

Komunikasi ke atas *(Upward Communication)* adalah komunikasi yang terjadi ketika bawahan *(subordinate)* mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah untuk penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan dan juga penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

a. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja *(job instruction)*.
b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan *(job retionnale)*.
c. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku *(procedures and practices)*.
d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

2. Komunikasi ke bawah *(Downward Communication)*.

Komunikasi ke bawah *(Downward Communication)* adalah komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah ini adalah: pemberian

atau penyimpanan instruksi kerja *(job instruction),* penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan *(job retionnale),* untuk penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku *(procedures and practices)* dan juga sebagain pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

a. Penyampaian informai tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan
b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan
d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

3. Komunikasi *Horizontal*

Komunikasi *Horizontal* adalah komunikasi yang berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah untuk memperbaiki koordinasi tugas, sebagai upaya pemecahan masalah, saling membagi informasi, sebagai upaya pemecahan

konflik dan juga untuk membina hubungan melalui kegiatan bersama.

Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah:

a. Memperbaiki koordinasi tugas
b. Upaya pemecahan masalah
c. Saling berbagi informasi
d. Upaya pemecahan konflik
e. Membina hubungan melalui kegiatan bersama .

4. Komunikasi lintas saluran (*Interline Communication).*

   Komunikasi lintas saluran *(Interline Communication)* adalah tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staf biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas.

2.1.2.3.Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Sandjaja (dalam Burhan Bungin, 2007:274) komunikasi dalam organisasi memiliki empat fungsi, yaitu; fungsi informatif, regulatif, persuasif, integratif.

1. Fungsi *informative,* yaitu organisasi dapat di pandang sebagai suatu sistem pemprosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota

dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

2. Fungsi regulative, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu:
   a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau instruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya.
   b. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja.
3. Fungsi persuasive, dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang di harapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya dari pada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar di banding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi *integrative,* setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu:
    a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, *newsletter*) dan laporan kemajuan organisasi.
    b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi 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.

2.1.3. Tinjauan Tentang Motivasi

2.1.3.1. Definisi Motivasi

Menurut Indrawijaya motivasi merupakan : Fungsi dari berbagai macam variabel yang saling mempengaruhi atau merupakan proses yang terjadi dalam diri manusia atau suatu proses psikologi". (Indrawijaya, 1989:67). Kegiatan manusia dalam berinteraksi dari lingkungan, termasuk lingkungan kerja, senantiasa disadari oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu. Dengan kata lain kebutuhan ini mendorong manusia melakukan kegiatan tertentu dalam usaha

memenuhi kebutuhan terebut. Pemenuhan kebutuhan tersebut lazimnya disebut sebagai motivasi.

Di kalangan para ahli muncul berbagai pendapat tentang motivasi, masing-masing ahli memberikan pengertian tentang motivasi dengan titik pandang yang berbeda-beda sesuai dengan hasil penelitian mereka peroleh dan ilmu pengetahuan yang mereka pelajari, meskipun demikian, ada juga semacam kesamaan pendapat yang dapat ditarik mengenai pengertian motivasi menurut Veron dalam Hutauruk (1993:127), motivasi adalah "suatu dorongan dari dalam (*interval drive*) yang menyebabkan orang-orang berperilaku seperti apa yang mereka lakukan". Orang yang berbada-beda mungkin melakukan motivasi yang sangat berbeda untuk melakukan hal yang sama. Para karyawan mungkin dimotivasi untuk menjadi anggota suatu kelompok kerja bila mereka merasa bahwa kebutuhan-kebutuhan peribadi mereka dapat dipenuhi dengan baik, bila mereka melakukan hal yang demikian, kebutuhan-kebutuhan (*needs*) menimbulkan dorongan (*drivers*), yang pada gilirannya menimbulkan perilaku (*behaviors*) yang di rangsang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Salah satu penjelasan tentang kebutuhan karyawan dan tingkatan-tingkatannya di kembangkan oleh Abraham H. maslow. Maslow mengemukakan bahwa hanya kebutuhan-kebutuhan yang belum dipenuhi yang dapat memotivasi perilaku manusia. Selanjutnya

suatu kebutuhan yang telah dipenuhi tidak lagi menjadi suatu motivasi tetap dapat muncul kembali sebagai suatu motivator.

Teori Maslow mengenai motivasi menekankan dua pemikiran pokok:

1. Manusia mempunyai banyak kebutuhan, tetapi hanya kebutuhan-kebutuhan yang belum terpenuhi yang mempengaruhi perilaku manusia.
2. Kebutuhan manusia dikelompokan dalam hierarkhi menurut kepentingannya, bila suatu kebutuhan telah terpenuhi, kebutuhan lain, yang lebih tinggi muncul untuk di puaskan (Hutauruk, 1993: 128).

Secara singkat di suatu puhak dari segi pasif, motivasi tampak sebagai kebutuhan dan sekaligus sebagai pendorong yang dapat menggerakan semua potensi baik tenaga manusia maupun sumber daya lain. Di lain pihak dari segi aktif, motivasi tampak sebagai usaha positif dalam menggerakan daya dan potensi tenaga manusia agar secara produktif berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam suatu motivasi umumnya terdapat 2 unsur pokok. Yaitu unsur dorongan/kebutuhan dan unsur tujuan, misalnya keadaan cuaca, kondisi lingkungan, dan sebagainya, oleh karena itu dapat saja terjadi perubahan motivasi dalam waktu yang relative singkat, jika ternyata

motivasi yang pertama mendapat hambatan atau tidak mungkin dipenuhi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu kondisi dalam diri individu yang menimbulkan, mempengaruhi, dan mengorganisasikan tingkah lakunya bahkan menentukan tingkat usaha yang mungkin dilakukan dan hasil yang diperoleh dalam mencapai tujuan.

2.1.3.2. Tujuan Pemberian Motivasi

Tujuan motivasi menurut Maluyu S.P. Hasibuan adalah:

1. Untuk mengubah perilaku pegawai sesuai dengan keinginan pemimpinnya;
2. Untuk meningkatkan kegairahan kerja pegawai;
3. Untuk meningkatkan disiplin pegawai;
4. Untuk menjaga kestabilan pegawai;
5. Untuk meningkatkan prestasi pegawai;
6. Mengefektifkan pengadaan karyawan;
7. Untuk mempertinggi moral pegawai;
8. Untuk meningkatkan rasa tanggung jawab pegawai pada tugas-tugasnya;
9. Untuk meningkatkan produktivitas dan efesiensi pegawai;
10. Untuk memperdalam kecintaan pegawai terhadap perusahaan;

11. Untuk memperbesar partisipasi terhadap perusahaan; (Hasibuan, 1996: 97)

Dari pola di atas, dapat kita simpulkan bahwa motivasi (berupa kebutuhan materil dan imateril) sebagai media untuk mendorong manusia/karyawan untuk lebih semangat dalam bekerja, selain itu motivasi memiliki dampak yang sangat positif bagi lingkungan kerja di dalam organisasi, apabila kebutuhan para karyawan telah tercukupi oleh organisasi, maka secara otomatis tugas organisasi akan tercapai.

2.1.3.3. Model Motivasi

Model motivasi menurut Maluyu S.P. Hasibuan, yaitu:

1. Model Sumber Daya Manusia

   mengemukakan bahwa karyawan di motivasi oleh banyak faktor, bukan hanya uang/ barang atau keinginan akan kepuasan kerja saja, tetapi juga kebutuhan dalam pencapaian dan pekerjaan yang berarti, menurut model ini karyawan canderung memperoleh kepuasan dari prestasi kerjanya yang baik. Karyawan bukanlah berprestasi baik karena merasa puas, melainkan termotivasi oleh rasa tanggung jawab yang lebih luas untuk membuat kepuasan dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Jadi menurut model sumber daya manusia ini untuk memotivasi bawahan di lakukan dengan memberikan tanggung jawab dan kesempatan yang luas bagi mereka untuk mengambil keputusan dalam menyelesaikan

pekerjaannya, motivasi gairah bekerja seseorang akan meningkat, jika kepada mereka diberikan kepercayaan dan kesempatan untuk membuktikan kemampuannya.

2. Model Tradisional

   mengemukakan bahwa untuk memotivasi bawahan agar gairah bekerjanya meningkat dilakukan dengan *system instansi materil* kepada karyawan yang berprestasi baik . Jadi menurut model ini, semakin berprestasi maka semakin banyak balas jasa yang diterimanya, jadi motivasi bawahan untuk mendapatkan insemtif (uang atau barang) saja

3. Model Hubungan Manusia

   Mengemukakan bahwa untuk memotivasi bawahan supaya gairah bekerjanya meningkat, dilakukan denga meningkatkan kebutuhan sosial mereka dan membuat mereka harus merasa berguna serta penting, sebagai akibat keryawan mendapatkan berupa kebebasan membuat keputusan dan kreativitas dalam melakukan pekerjaannya. (Hasibuan, 1996: 101).

Menurut Paul Mayer seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Psikologi Manajemen dan Administrasi, menyebutkan motivasi terdiri dari tiga yaitu :

1. *Fear Motivation* / motivasi kekhawatiran, yaitu menyebabkan seseorang menemukan sesuatu kegiatan karena orang tersebut takut akan konsekuensi / akibat jika tidak melakukan.
2. *Incentive Motivation*, yaitu motivasi yang berhubungan dengan ganjaran / keuntungan baik yang nyata atau tidak sebagai hasil dari sesuatu kegiatan.
3. *Attitude Motivation* / motivasi sikap, yaitu motivasi yang berhubungan dengan suatu perangkap tujuan yang bersifat pribadi, bukan tujuan yang ditetapkan oleh orang lain (Effendy, 1983:85).

Melihat pendapat para ahli mengenai macam-macam motivasi, maka jelas motivasi yang terdapat dalam diri seseorang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Tidak semua yang bekerja pada perusahaan atau intansi yang sama memiliki motivasi yang sama pula. Inilah yang sangat perlu menjadi perhatian seorang pemimpin. Sehingga tidak perlu memperlakukan karyawan secara sewenang-wenang apabila menyamaratakan sebagai individu yang tidak memiliki perasaan.

Jadi dapat disimpukan bahwa untuk memotivasi bawahan yaitu dengan memperhatikan kebutuhan materil dan nonmateril karyawan, maka motivasi bekerjanya akan meningkat pula, jadi motivasi karyawan adalah untuk mendapatkan kebutuhan materil dan non material.

2.1.3.4. Teknik Motivasi

Dalam melaksanakan kegiatan dalam rangka memotivasi karyawan, maka perlu untuk melihat pada teknik-teknik motivasi. Teknik motivasi yang dilakukan pada dasarnya tidak sama terhadap anggota yang satu dengan yang lainnya.

Keberhasilan suatu teknik motivasi sangat tergantung pada kemampuan motivator, dalam menyesuaikan teknik motivasi yang digunakannya dengan komunikan yang dimotivasinya. Khusunya yang berhubungan dengan aspek emosi dan kesesuaiannya dengan motif dominan anggota yang bersangkutan.

Teknik komunikasi yang dapat dilakukan menurut A. W Wijaya, dalam bukunya Peranan Motivasi dalam kepemimpinan, ada beberapa teknik motivasi yaitu sebagai berikut:

1. Verbal, artinya dapat dilakukan dengan berbincang-bincang (informal) berdiskusi, pembicaraan dari hati- kehati, melalui ceramah-ceramah yang menarik. Semua itu harus dilakukan dengan cukup stimulasi dan *persuasive.*
2. Dengan tindakan-tindakan nyata, misalnya melalui selembaran koran, majalah, brosur dan sebagainya. Dengan cerita-cerita yang menarik, gambar-gambar yang memikat , artikel-artiker yang menimbulkan ide baru, diharapkan dapat menumbulkan motivasi seseorang untuk lebih giat bekerja.

3. Dengan tindakan-tindakan nyata, yaitu makdsunya yang dirasakan manfaatnya oleh anggota khususnya yang berhubungan dengan pengembangan minat dan hobi serta meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Jadi banyak cara yang dapat dilakukan untuk dapat memotivasi seseorang, tidak saja hanya melalui pendekatan hati kehati, melalui pembicaraan secara bertatap muka, tetapi dapat pula dengan mempengaruhinya melalui tindakan nyata. Cara ini biasanya banyak memberikan hasil yang memuaskan, bukan hanya sekedar pertanyaan perkataan, atau lewat tulisan saja.

2.1.4. Tinjauan tentang pelaksanaan

2.1.4.1. Defenisi pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu badan atau wadah secara berencana, teratur dan terarah guna mencapai tujuan yang diharapkan,. Pengertian Implementasi atau pelaksanaan menurut (Westa , 1985 : 17). "Implementasi atau pelaksanaan merupakan aktifitas atau usaha-usaha yang dilaksanakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan, alat-alat yang diperlukan, siapa yang melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya mulai dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan".

Pengertian Implementasi atau Pelaksanaan merupakan aktifitas atau usaha usaha yang dilaksanakan yang dikemukakan oleh (Abdullah, 1987 : 5) bahwa Implementasi atau pelaksaan adalah suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut setelah program atau kebijaksanaan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijaksanaan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetepkan semula.

Selain itu perlu adanya batasan waktu dan penentuan tata cara pelaksanaan. Berhasil tidaknya proses inplementasi atau pelaksanaan, Menurut Edward, yang dikutip oleh (Abdullah, 1987:40), dipengaruhi oleh faktor-faktor yang merupakan syarat terpenting berhasilnya suatu proses implementasi atau pelaksaan.

Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Komunikasi, merupakan suatu program yang dapat dilaksanakan dengan baik apabila jelas bagi para pelaksana. Hal ini menyangkut proses penyampaian informasi, kejelasan informasi dan konsistensi informasi yang disampaikan.
2. *Resouces* (sumber daya), dalam hal ini maliputi empat komponen yaitu terpenuhinya lumlah staf dan kualitas mutu, informasi yang diperlukan guna pengambilan keputusan atau kewenangan yang cukup guna melaksanakan tugas sebagai tanggung jawab dan fasilitas yang dibutuhkan dalam pelaksanaan.

3. Disposisi, Sikap dan komitmen daripada pelaksanaan terhadap program khususnya dari mereka yang menjadi implemetasi program khususnya dari mereka yang menjadi implementer program.
4. Struktur birokrasi. Yaitu SOP *(Standar Operating Procedures).*yang mengatur tata aliran dalam pelaksanaan program. Jika hal ini tidak sulit dalam mencapai hasil yang memuaskan, karena penyelesaian masalah-masalah akan memerlukan penanganan dan penyelesaian khusus tanpa pola yang baku.

Keempat faktor di atas, dipandang mempengaruhi keberhasilan suatu proses implementasi, namun juga adanya keterkaitan dan saling mempengaruhi antara faktor yang satu dengan faktor yang lain. Selain itu dalam proses implementasi atu pelaksaan sekurang-kurangnya terdapat tiga unsur yang penting dan mutlak menurut (Abdullah, 1987 : 398) yaitu :

a. Adanya program (kebijaksanaan) yang dilaksanakan.
b. Kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan manfaat dari program perubahan dan peningkatan,
c. Unsur pelaksanaan baik organisasi maupun perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan pelaksanaan dan pengawasan dari proses implementasi atau tersebut.

Dari pendapat di atas dapatlah dikatakan bahwa pelaksanaan suatu program senantiasa melibatkan ketiga unsur tersebut.

2.1.5. Tinjauan tentang *Human Relations*

Di negara-negara yang sudah maju *Human Relations* merupakan bagian dari humas, yang semakin mendapat perhatian para manager perusahaan atau lembaga pemerintahan. Hal itu semakin dirasakan pentingnya dalam rangka memecahkan berbagai persoalan yang menyangkut faktor manusia dalam sebuah perusahaan maupun lembaga pemerintahan. Dengan adanya orang-orang dalam organisasi, khususnya karyawan dalam hal ini, *Human Relations* perlu dilaksanakan untuk meniadakan gangguan yang timbul sebagai akibat dari salah pengertian dan salah interpretasi yang terjadi di dalam sebuah perusahaan maupun lembaga pemerintahan antara atasan dengan bawahan, maupun diantara karyawan itu sendiri. Walaupun pelaksanaan *Human Relations* pada idealnya merupakan komunikasi tatap muka tetapi tidak menutup kemungkinan digunakannya bantuan media asalkan fungsi dari media tersebut hanya sebatas memberi informasi saja.

Tujuan dari kajian tentang *Human Relations* sendiri telah dikembangkan dan dijalankan dalam perusahaan maupun lembaga pemerintahan karena :

1. Dengan mengadakan *Human Relations*, pemimpin dapat membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh karyawan baik secara individual maupun berkelompok.
2. Dengan mengadakan *Human Relations*, rintangan-rintangan dan salah pengertian dalam komunikasi dapat dihindarkan.
3. Melalui *Human Relations*, akan diperoleh kesan hati para karyawan, akan diperoleh moral, loyalitas, dan disiplin. (Wursanto,1987:170)

Dengan demikian, tujuan utama dilaksanakannya kegiatan *Human Relations* seperti yang telah dijabarkan pada bab I antara lain ; untuk mendapatkan kepuasan hati karyawan, semangat kerja (moral), yang tinggi dan kerjasama yang tinggi antar karyawan. Persoalan yang berhubungan dengan kepentingan manusia dalam hal ini keryawan, sangat berhubungan erat dengan managemen kepegawaian.

Mungkin yang membedakan keduanya adalah pengertian dimana *Human Relations* lebih memperhatikan caranya memberikan kepuasan hati pada tugas humas sejalan dengan tujuan *Human Relations*. Misalnya dalam membangun *image*/citra perusahaan yang merupakan salah satu tujuan dari tugas humas. *Human Relations* sebagai fondasinya, dimana didalam *Human Relations* berusaha untuk menciptakan adanya kerjasama dan pengertian untuk meningkatkan gairah kerja. Dalam hal ini akan memudahkan tugas humas dalam

membangun image perusahaan kepada publik eksternal, karena dengan adanya kekompakan didalam perusahaan maupun lembaga pemerintahan akan tercermin dengan sendirinya dimata publik eksternal.

Sebagai contoh, sebuah perusahaan yang internal perusahaan itu sendiri mempunyai masalah seperti managemen perusahaan yang tidak sehat, tidak ada kekompakan diantara karyawannya, karyawan sering kali absen, dan lain-lain. Dan humas perusahaan tersebut tidak mengadakan *Human Relations* untuk menyelesaikan masalah yang ada diantara karyawan. Tetapi humas perusahaan lebih mementingkan image perusahaan yang dilihat dimata publik eksternal, dengan menutup nutupinya dimata publik eksternal seakan-akan perusahaan tersebut tidak mengalami masalah didalamnya , tentunya hal ini tidak bertahan lama. Lambat laun publik eksternal akan mengetahui masalah yang dialami perusahaan tersebut.

Dari contoh diatas jelas terlihat bahwa tugas humas dalam membangun *image* perusahaan tidak hanya melalui *external relations*. *Internal relations* juga berperan penting dalam membangun *image* perusahaan dan memudahkan membangun *image* perusahaan di mata publik eksternal.

2.1.5.1. Pengertian *Human Relations*

Tidaklah mudah untuk mencari sebuah perkataan dalam bahasa Indonesia yang benar-benar tepat sebagai terjemahan *Human Relations.* Ada yang menterjemahkannya "hubungan manusia", dan ada pula yang mengalihbahasakan menjadi "hubungan antar manusia", Dalam buku Etika Komunikasi Kantor, *Human Relations* dikatakan sebagai hubungan kemanusiaan, dan dalam literatur lain dikatakan sebagai hubungan insani.

Secara harfiah terjemahan tersebut mungkin salah, tetapi keduanya tidak mengandung makna yang sebenarnya yang dikandung oleh *Human Relations*. Baik kedua istilah tersebut tidak terdapat ciri hakiki dari *Human Relations*. Ciri hakiki dari *Human Relations* bukanlah "*human"* dalam pengertian wujud manusia (*human being*), melainkan dalam makna yang tertuju pada kebahagiaan berdasarkan watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, tingkah laku dan lain-lain aspek kejiwaan yang terhadap manusia. Karena itu terjemahan yang paling mendekati makna dan maksud *Human Relations* adalah hubungan manusiawi. (Effendy, 1993:40) .

Keith Davis dalam bukunya "*Human Relations At Work*" menyatakan:

> **"***From The viewpoint of manager who responsibility for leading a group, human relations is the interaction of people into a work situation that movites tehm to work together*

> *productively,cooperatively,and with economic,psychological, and social satisfactions"*(ditinjau dari sudut pimpinan yang bertanggung jawab untuk memimpin kelompok, *human relations* adalah inetraktif dari orang-orang kedalam suasana kerja dengan motivasi, mereka akan bekerja sama secara produktif, kooperatif dengan kepuasan baik mengenai segi-segi ekonomi maupun psilogisnya dan sosialnya).

Oleh karena itu, orang yang melaksanakan hubungan manusiawi harus bersifat empatik dimana seperasaan dengan seorang yang mendapat masalah yaitu ikut merasakan apa yang dirasakan orang tersebut. Hal itu dianggap penting karena *Human Relations* yang sifatnya "*action oriented*" (berorientasi kepada kegiatan).

Kegiatan tersebut adalah komunikasi persuasif yang tertuju pada lubuk hati yang dalam dari seseorang yang dijadikan sasaran kegiatan itu. Jadi karena *Human Relations* sifatnya adalah "*action oriented*" sehingga seseorang yang melakukan *Human Relations* harus menyesuaikan diri dengan cara berempatik. Hal itu yang akan menunjang berhasil tidaknya *Human Relations* yang dilakukan agar terciptanya kepuasan diantara kedua belah pihak terutama kepuasan batiniah atau rohaniah seseorang.

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa masalah *Human Relations* adalah masalah rohaniah, yaitu proses rohaniah atau batiniah yang menyangkut watak, sifat, kepribadian atau kepuasan hati. Proses batiniah atau rohaniah dengan perasaan bahagia ini berlangsung pada dua atau tiga orang yang terlibat dalam hubungan komunikatif

yaitu komunikasi antar persona yang karena sifatnya dialogis maka, masing-masing tahu, sadar, dan merasakan efeknya dan apabila kesemuanya merasa bahagia maka *Human Relations* itu berhasil. Tetapi pada kenyataannya *Human Relations* merupakan kegiatan yang tidak mudah dilaksanakan adalah benar.

Human relations adalah salah satu cara yang dapat digunakan terlebih dalam sebuah perusahaan besar. *Human relations* sendiri punya dua pengertian yaitu :

a. *Human Relations* dalam arti luas

   Ialah hubungan seseorang dengan orang lain yang terjadi dalam segala situasi dan dalam semua bidang kegiatan atau kehidupan untuk mendapat kepuasan diantara kedua belah pihak.

b. *Human Relations* dalam arti sempit

   Ialah hubungan antara seseorang dengan orang lain dalam suatu oraganisasi kekaryaan, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan hati pada karyawan tersebut mempunyai semangat kerja yang tinggi, kerjasama yang tinggi serta disiplin yang tinggi. (Wursanto, 1987:169).

Dengan kegiatan *Human Relations* para petugas humas perusahaan maupun lembaga pemerintahan berusaha memecahkan masalah-masalah yang menimpa karyawan secara individual. Dengan demikian, mereka dapat digairahkan ke arah yang lebih produktif.

Seperti yang telah dikemukakan. Sebelumnya, bahwa *Human Relations* bukan suatu keadaan yang pasif, tetapi merupakan komunikasi persuasive yang bukan sekedar hubungan atau relasi saja. *Human Relations* merupakan suatu aktivitas penyesuaian dan dilakukan terus menerus (*action oriented*).

2.1.5.2. Ciri-ciri *Human Relations*

Hubungan kerja atau hubungan kemanusiaan yang baik (harmonis) dalam suatu kantor / perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, lain:

1. Hubungan dalam kantor atau perusahaan berlangsung jangan terlalu kaku, jangan terlalu formal sehingga akan menimbulkan jarak yang sangat jauh antar sesama pegawai, antara atasan dengan bawahan, atau sebaliknya.
2. Memberi tugas pekerjaan sesuai dengan kemampuan dan bidangnya masing-masing.
3. Memberi kesempatan untuk mengembangkan kariernya semaksimal mungkin.(Wursanto, 1987:172).

2.1.5.3. Faktor-faktor *human relations*

Titik sentral *Human Relations* adalah manusia, dan titik sentral *Human Relations* dalam organisasi kekaryaan adalah karyawan. Oleh karena itu karyawan ini harus ditinjau dari sisi manusiawinya. Untuk mempraktekkannya, seorang humas perlu memahami dan mempelajari

karyawan tadi, karena tiap manusia mempunyai karakter yang berbeda dalam hidup kelompok dan bermasayarakat. Seperti yang dikatakan oleh *Calvin C. Thomason dan Frank A, Clement* dalam bukunya "*Human Relations in Actions*" yaitu "*No two leaves, no two snowflakes, no two people (not even indectial twins) are just alik. This principle of individuality is know as variations".*

Demikian banyak manusia di bumi ini, tetapi tidak ada dua pun yang sama dan serupa dalam segala hal, bahkan diantara yang kembar pun, terutama dalam watak, sifat, kepribadian, sikap, tingkah laku. Faktor yang ikut menentukan karakter seseorang antara lain yang pertama adalah faktor lingkungan, yaitu dimana seseorang itu tinggal, tumbuh dan bersosialisasi dan semuanya itu akan menentukan apakah sifat-sifat yang dibawanya sejak lahir akan berkembang atau bertahan.

Dalam hubungan manusiawi, faktor-faktor tersebut ikut menentukan. Dari faktor-faktor tersebut kita bisa mengetahui bagaimana hubungan manusiawi dapat dilakukan sesuai dengan karakternya. Hal ini juga yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu hubungan manusiawi dalam mencapai kepuasan bersama.

2.1.5.4. Prinsip-prinsip *Human Relations*

Prinsip-prinsip *human relations* untuk dapat mencapai suatu tujuan dalam organisasi maka bukan saja unsur-unsur manajemen yang menjadi hal penting bagi sebuah kepemimpinan tetapi lebih penting lagi

ialah bagaimana seorang pemimpin mampu membaca dan memahami sifat dan karakter dari masyarakat organisasi itu sendiri sehingga seorang pemimpin mampu bekerja sama dan menciptakan suatu *team work* dan suasana kerja yang harmonis. Seorang pemimpin juga harus mampu memenuhi kebutuhan dari setia masyarakat organisasi sehingga mereka akan bekerja dengan ikhlas dan senang karena mendapat perhatian yang lebih dari pimpinan.

Sudah dikatakan pada halaman sebelumnya, bahwa dalam memahami sifat-sifat dan tujuan-tujuan dari manusia yang berbeda-beda maka seorang pemimpin diharapkan untuk mampu menerapkan sebaik-baiknya prinsip-prinsip human relations sebagaimana telah dijelaskan *human relations* merupakan suatu alat komunikasi baik bersifat vertikal maupun horizontal yang mampu membaca setiap keinginan anggota organisasi demi mengurangi kesalah pahaman antar anggota maupun dengan pimpinan. Kemudian maksud dari pemenuhan dari kebutuhan-kebutuhan anggota atau pegawai ialah sebagai motivasi.

Menurut (Siagian, 1990 : 7) "*Human Relations* ialah keseluruhan rangkaian hubungan yang bersifat formal maupun informal yang perlu diciptakan dan dibina dalam suatu organisasi sedemikian rupa sehingga tercipta suatu team work dan suasana kerja yang intin dan harmonis dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan".

Menurut (Siagian, 2003 : 75) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan organisasi, seorang pemimpin harus mampu menerapkan Prinsip-prinsip *human relations* sebagai berikut :

1. Harus ada sinkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan individu.
2. Suasana kerja yang menyenangkan.
3. Informalitas yang wajar dalam hubungan kerja.
4. Manusia bawahan bukan mesin.
5. Kembangkan kemampuan bawahan sampai tingkat maksimal.
6. Pekerjaan yang menarik dan penuh tantangan.
7. Pengakuan dan penghargaan atas pelaksanaan tugas dengan baik.
8. Alat perlengkapan yang cukup.
9. *The right man on the right place.*
10. Balas jasa yang setimpal dengan yang diberikan.

Dari bebera penjelasan diatas, selanjutnya penulis akan menguraikan lebih jelas lagi mengenai prinsip-prinsip *human relations* tersebut sebagai berikut:

1. Harus Ada Singkronisasi Antara Tujuan Organisasi Dengan Tujuan Individu Artinya bahwa pada hakikatnya manusia mempunya kemampuan-kemampuan yang sangat terbatas, baik karera keterbatasan fisik, biologis maupun mental. karena keterbatasan itu, ia tidak mampu memuaskan semua kebutuhannya dengan efisien dan ekonomis tanpa bekerja sama dengan orang lain. Bekerja sama

dengan orang lain berarti menggabungkan diri dengan berbagai organisasi.

Wiliam H. White dalam (Siagian, 2003 : 75) mengatakan bahwa manusia itu adalah "manusia organisasi" Akan tetapi, manusia itu pada dasarnya adalah mahluk yang egoistis. Karena ia egoistis, maka harus dijaga agar jangan sampai ia berusaha mencapai tujuan pribadinya dengan sama sekali melupakan tugas dan kewajibanya dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Artinya, di dalam kehidupan berorganisasi perlu dijaga agar jangan sampai timbul pertentangan yang tajam antara tujuan orang-orang di dalam organisasi dengan tujuan organisasi itu sendiri. Karenanya harus diusahakan terdapat singkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan orang-orang didalam organisasi dengan meyakinkan orang-orang didalam organisasi bahwa apabila tujuan organisasi telah tercapai, hal itu sekaligus akan berarti tercapainya pula tujuan-tujuan pribadi dari individu-individu di dalam organisasi itu. Berikut adalah hal yang mencakup singkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan individu :

a. Membuat program kegiatan sesuai dengan pemikiran pegawai yang relevansinya dengan organisasi tersebut.
b. Merumuskan visi dan misi organisasi dengan demokratis.

2. Suasana Kerja Yang Menyenangkan

Suasana kerja dapat berarti sangat luas, artinya bahwa suasana kerja yang akrab sangat dibutuhkan oleh setiap pegawai dalam suatu organisasi untuk menghilangkan kekakuan dan kejenuhan dalam bekerja. Berikut adalah hal yang diperlukan dalam menciptakan suasana kerja yang menyenangkan dalam sebuah organisasi :

a. Pekerjaan yang menarik, penuh tantangan, dan tidak rutin,
b. Hubungan kerja yang intim,
c. Lingkungan kerja yang membangkitkan kegairahan bekerja, seperti penerangan lampu yang cukup, alat-alat yang lengkap, ventilasi ruangan yang cukup memberi udara segar, dan
d. Perlakuan yang adil

3. Informalitas Kerja Yang Wajar Dalam Hubungan Kerja

Suatu organisasi yang baik adalah suatu organisasi yang dipimpin dengan cara-cara yang demokratis. Administrasi dan menejemen yang demokratis sering disebut dengan istlah o*pen administration and management, permissive administration and management, participative administrtation and managemen.* Sifat keterbukaan organisasi yang organisasi yang demokratis dimanifestasikan terutama oleh hubungan kerja yang informal. Artinya, semakin baik administrasi dan manajemen suatu organisasi, hubungan kerja pun semakin informal tanpa melupakan segi formal dari hubungan kerja itu. Tetapi jika informalitas dibiarkan terlalu menguasai hubungan

kerja, rasa hormat terhadap pimpinan dapat berkurang. Sebaliknya, jika formalitas terlalu menonjol, maka kekuatan dalam hubungan kerja akan timbul yang mengakibatkan kelambat-lambatan.

4. Manusia Bawahan Bukan Mesin

   Berbeda dari uang, mesin, metode, materiil, dan alat-alat produksi yang lain, manusia ingin diperlakukan secara terhormat. Kepribadianya diakui, keinginannya diperhatikan, kebutuhannya yang materiil dan non materiil dipuaskan dan kemampuannya dikembangkan secara teratur. Untuk ini pengertian, penghargaan, dan perasaan memegan peranan yang menentukan.

5. Kembangkan kemampuan bawahan sampai tingkat yang maksimal

   Kepada setiap orang didalam organisasi harus diberikan kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengembangkan kapasitas mentalnya melalui pendidikan, latihan-latihan baik yang bersifat latihan jabatan ataupun *on-the-job training* maupun yang bersifat *off-the job training* dan dengan cara-cara pengembangan lainya.Untuk menerapkan prinsip ini dengan sebaik-baiknya adaah tugas pimpinan untuk mengetahui bakat dan keahlian bawahanya. Pimpinan harus pula mengetahui batas-batas bawahannya agar dalam usaha pengembangan kemampuan itu pengarahan yang lebih tepat dapat dibuat.

6. Pekerjaan yang menarik dan penuh tantangan

Seorang yang sungguh-sungguh mau bekerja akan tidak menyenangi pekerjaan yang bersifat rutin. Baginya pekerjaan yang demikian akan segera membosankan. Sebaliknya, pekerjaan yang penuh tantangan akan memperbesar kegairahan bekerjanya, memperluas imajinasinya dan memperhebat daya kreasinya serta inisiatifnya.

7. Pengakuan dan penghargaan atas tugas dengan baik

   Pimpinan harus cepat mengakui dan menghargai pelaksanaan tugas dengan baik seorang bawahan, karena sudah dibahas pada halaman sebelumnya bahwa manusia adalah mahluk yang memiliki perasaan, seingga sekecil apapun itu penghargaan yang diberikan oleh pimpinan maka bisa menjadi suatu motivasi tersendiri. Bentuk pengakuan dan penghargaan itu dapat berbentuk kenaikan pangkat luar biasa, kenaikan gaji berkala luarbiasa, hadiah berupa uang, surat penghargaann, dan kombinasi dari beberapa hal tersebut.

8. Alat perlengkapan yang cukup

   Dalam kegiatan administrasi dan manajemen sering terjadi keterlambatan dalam pelaksanaan tugas disebabkan oleh tidak tersedianya alat perlengkapan yang diperlukan untuk pelaksanaan tugas, hal tersebut jelas sangat tidak efisien, karena itu dibutuhkan perlengkapan ataupun fasilitas yang memadai dalam setiap kegiatan administrasi ataupun manajemen agar setiap pegawai merasa

nyaman dalam bekerja dan mampu menggunakan waktu dengan sebaik mungkin.

9. "*the right man on the right place"*

   Setiap orang harus ditempatkan sesuai dengan keahlianya dan kecakapannya. Untuk itu sangat penting bagi seorang pemimpin untuk mengetahui apa bakat, kecakapan, dan keahlian bawahannya. Harus diketahui pula batas-batas kemampuannya. Dalam organisasi dikenl dengan apa yang disebut "*occupational incompetence".* Artinya ada batasan-batasan maksimal untuk dicapai seseorang dalam kariernya. Misalnya, ada yang sangat baik sebagai kepala bagian, tetapi tidak mampu menjadi kepala biro. Jika ia ditempatkan sebagai kepala biro, maka ia akan kehilangan kegairahan bekerja, karena ia akan selalu "*frustrated",* tidak akan merasa pasti dalam tindakan dan keputusannya. Artinya penempatan kerja yang salah juga dapat mempengaruhi efisiensi dan produktifitas kerja seorang pegawai.

10. Balas jasa harus setimpal dengan jasa yang diberikan

    Kepada setiap orang didalam organisasi harus diberikan imbalan yang setimpal dengan jasa yang diberikan dan sekaligus dapat menjamin tingkat hidup yang layak baginya dan keluarganya. Hal tersebut dilakukan agar setiap orang dalam organisasi dapat berkonsentrasi bekerja ketika setiap kebutuhan nya dapat terpenuhi.

Prinsip ini merupakan salah satu prinsip yang tersulit dipraktikan oleh suatu negara yang miskin dan sedang berkembang karena adanya lingkaran yang berupa pendapatan per kapita nasional yang rendah, prekonomian yang tidak stabil, produktivitas yang rendah serta manajerial dan kemampuan teknologi yang sangat kurang tetapi meskipun demikian, pimpinan harus berusaha untuk sedapat mungkin menerapkan prinsip ini.

2.1.6. Tinjauan kepemimpinan

Dalam setiap kegiatan sebuah organisasi tidak bisa begitu saja berjalan sendiri-sendiri, hal tersebut dikarnakan setiap organisasi memiliki tujuan yang satu. Karena itu harus ada singkronisasi ataupun persamaan tujuan antara orang-orang yang ada pada organisasi tersebut baik pada kegiatan interaksii maupun manajerial. Dalam hal tersebut maka yang sangat diperlukan dalam mengatur dan menyatukan tujuan ialah adanya suatu kepemimpinan, kepemimpinan dalam hal ini bertujuan untuk mengatur, mengontrol dan mengevaluasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh manajemen agar dapat melihat sejauh mana pencapaian organisasi tersebut dan kesesuaian dengan tujuan organisasi tersebut.

Kepemimpinan juga dapat diartikan sebagai seni sebagai upaya mempengaruhi orang lain untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Ordway Tead yang dikutip dari diktat perkuliahah kepemimpinan

> “kepemimpinan ialah suatu seni untuk menjuruskan, mengkordinasikan, menggerakan orang-orang serta golongan orang-orang guna mencapai tujuan yang diinginkan. Selanjutnya menurut Locke dan Associates (1997 : 3) mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses membujuk orang-orang lain untuk mengambil langkah menuju suatu sasaran bersama. Seperti yang kita ketahui dari beberapa pengertian kepemimpinan diatas maka jelas seorang pimpinan sangat berpengaruh terhadap kegiatan manajemen maupun hasil dari tujuan organisasi, hal tersebut tergantung pula kepada kemampuan setiap pemimpin tersebut.

Bahkan dapat dikatapkan sebuah organisasi atau kelompok tanpa seorang pimpinan bagaikan tubuh tanpa kepala. Maka penulis mengambil kesimpulan bahwa organisasi adalah sekelompok orang yang bersatu dan bekerja untuk satu tujuan yang sama di bawah kepemimpinan.

Hal tersebut juga sama dengan pendapat Siagian (1997 : 24) bahwa kepemimpinan ialah kemampuan dan keterampilan seseorang yang menduduki jabatan sebagai pimpinan satuan kerja untuk mempengaruhi perilaku orang lain, terutama bawahannya, untuk berfikir dan bertindak sedemikian rupa sehingga melalui perilaku yang positif ia memberikan sumbangsih nyata dalam pencapaian tujuan. Dikatakan bahwa kepemimpinan merupakan inti dari manajemen, memang demikianlah halnya karena kepemimpinan merupakan motor atau daya penggerak semua sumber-sumber dan alat-alat yang tersedia bagi suatu organisasi.

2.1.7. Tinjauan Perusahaan

Istilah perusahaan untuk pertama kalinya terdapat di dalam pasal 6 KUH Dagang yang mengatur mengenai penyelenggaraan pencatatan yang wajib dilakukan oleh setiap orang yang menjalankannya perusahaan. Meskipun demikian, KUH Dagang tidak memuat penafsiran otentik mengenai arti perusahaan. Definisi perusahaan dapat kita temukan dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (UU Wajib Daftar Perusahaan), tapi sebelumnya akan peneliti uraikan pengertian perusahaan menurut para ahli.

Menurut Molengraff, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertundak ke luar untuk memperoleh penghasilan dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan. Rumusan yang dikemukakan oleh Molengraaff tersebut hanya meliputi jenis usaha dan tidak meliputi perusahaan sebagai badan usaha.

Sedangkan menurut Polak, suatu usaha untuk dapat dimasukan dalam pengertian perusahaan harus mengadakan pembukuan, yaitu perhitungan mengenai laba dan rugi. Pada perkembangan selanjutnya, Komar Andasasmita membedakam antara perusahaan dengan jabatan. Menurut Andasasmita, perusahaan adalah mereka yang teratur dan berkesinambungan dan terbuka bertindak dalam kualitas tertentu

http://ikha2705.wordpress.com/2010/03/21/wajib-daftar-perusahaan-uu-no-3-tahun-1982/ *17/03/2014. 02.15 WIB*

mencapai atau memperoleh dengan susah payah keuntungan bagi diri mereka. Sedangkan jabatan adalah mereka yang bertujuan /bersifat idial atau yang menggunakan keahlian, seperti dokter, pengacara, dan notaris.

Dan salah satu contoh perusahaan yaitu pada, CV. Harya Teknik aktif dan fokus terhadap pelayanan dibidang produksi massal yaitu bidang otomotif manufaktur. Dengan didukung oleh fasilitas yang prima dan sumber daya manusia yang berkualitas yang siap untuk memberikan pelayanan yang maksimal, dengan mengacu dan menerapkan pada *Total Quality Managemen* maka seluruh kebijakan manajemen dan mutu dedikasikan untuk kepuasan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan menjalankan program-program kegiatannya, CV. Harya Teknik tidak terlepas dari pengaruh hubungan manusia antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan maupun antara pegawai pada CV. Harya Teknik yang menentukan kualitas, baik efektifitas maupun efisiensi kinerja dan pelayanan yang diberikan.

Menurut ketentuan Pasal 1 huruf b UU Wajib Daftar Perusahaan yang dimaksud dengan perusahaan adalah : Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

Definisi perusahaan menurut ketentuan tersebut memuat dua unsur pokok, yaitu :

1. Bentuk Usaha yang berupa organisasi atau badan usaha yang didirikan, bekerja ,dan berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia.
2. Jenis Usaha yang berupa kegiatan dalam bidang perekonomian (perindustrian, perdagangan, perjasaan, pembiayaan) dijalankan secara terus menerus.

Unsur-unsur sebuah perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Badan Usaha

   Perusahaan memiliki bentuk tertentu, baik berupa badan hukum maupun yang bukan badan hukum. Contohnya Perusahaan Dagang, Firma, Persekutuan Komanditer, Perseroan Terbatas, Perusahaan Umum, Perusahaan Perseroan, dan Koperasi.

b. Kegiatan dalam bidang perekonomian

   Meliputi bidang perindustrian, perdagangan, perjasaan, dan pembiayaan.

c. Terus Menerus

   Artinya adalah kegiatan usaha dilakukan sebagai mata pencaharian, tidak insidental dan bukan pekerjaan sambilan.

d. Bersifat Tetap

Maksudnya ialah kegiatan usaha yang dilaksanakan tidak berubah atau berganti dalam waktu singkat tetapi untuk jangka waktu yang lama.

e. Terang Terangan

Berati kegiatan usaha ditujukan kepada dan diketahui oleh umum, bebas berhubungan dengan pihak lain, diakui dan dibenarkan oleh pemerintah berdasarkan undang-undang.

f. Keuntungan dan Laba

Berati tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba.

g. Pembukuan

Maksudnya ialah perusahaan wajib untuk menyelenggarakan pencatatan mengenai kewajiban dan hak yang berkaitan dengan kegiatan usahanya.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini penulis akan mengemukakan beberapa kerangka pemikiran sebagai suatu pendapat yang dapat di pertanggung jawabkan kebenaranya berdasarkan pendapat para ahli.

Komunikasi sangat berperan pada kehidupan, komunikasi ada dalam setiap aktivitas manusia

. Bentuknya bisa berupa tulisan, lisan, gambar, isyarat, kata-kata yang dicetak. Menurut paradigma Lasswell, di jelaskan bahwa dalam upaya memahami komunikasi harus dapat menjawab lima unsur komunikasi, yakni komunikator, pesan, media dan efek. Berdasarkan lima unsur tersebut, persepsi komunikasi menurut Laswell adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi organisasi menurut Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", yaitu :

> "Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip".(Mulyana, 2005 :75) .

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi" adalah sebagai berikut, "Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi".(Wiryanto, 2004 : 54).

Bagaimana pimpinan melaksanaakan prinsip-prinsip *human relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan dalam meningkatkan semangat kerja para pegawainya . Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan prinsip-prinsip *Human Relations* oleh para pimpinan CV. Harya Teknik. Unsur yang akan penulis teliti adalah suasana kerja, informalitas yang wajar dalam hubungan kerja, unsur manusia, jenis pekerjaan, pemberian penghargaan atas prestasi yang baik, pengembangan kemampuan bawahan sampai tingkat maksimal, upah pegawai .

Dari beberapa penjelasan diatas, selanjutnya penulis akan menguraikan lebih jelas mengenai suasana kerja, balas jasa dan sifat pekerjaan yang dipersempit berdasarkan prinsip-prinsip *Human Relations* yaitu sebagai berikut:

1. Harus Ada Singkronisasi Antara Tujuan Organisasi Dengan Tujuan Individu Artinya bahwa pada hakikatnya manusia mempunya kemampuan-kemampuan yang sangat terbatas, baik karera keterbatasan fisik, biologis maupun mental. karena keterbatasan itu, ia tidak mampu memuaskan semua kebutuhannya dengan efisien dan ekonomis tanpa bekerja sama dengan orang lain. Bekerja sama dengan orang lain berarti menggabungkan diri dengan berbagai organisasi.

Wiliam H. White dalam (Siagian, 2003 : 75) mengatakan bahwa manusia itu adalah "manusia organisasi" Akan tetapi, manusia itu pada dasarnya adalah mahluk yang egoistis. Karena ia egoistis, maka harus dijaga agar jangan sampai ia berusaha mencapai tujuan pribadinya dengan sama sekali melupakan tugas dan kewajibanya dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Artinya, di dalam kehidupan berorganisasi perlu dijaga agar jangan sampai timbul pertentangan yang tajam antara tujuan orang-orang di dalam organisasi dengan tujuan organisasi itu sendiri. Karenanya harus diusahakan terdapat singkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan orang-orang didalam organisasi dengan meyakinkan orang-orang didalam organisasi bahwa apabila tujuan organisasi telah tercapai, hal itu sekaligus akan berarti tercapainya pula tujuan-tujuan pribadi dari individu-individu di dalam organisasi itu. Berikut adalah hal yang mencakup singkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan individu :

c. Membuat program kegiatan sesuai dengan pemikiran pegawai yang relevansinya dengan organisasi tersebut.
d. Merumuskan visi dan misi organisasi dengan demokratis.

2. Suasana Kerja Yang Menyenangkan

Suasana kerja dapat berarti sangat luas, artinya bahwa suasana kerja yang akrab sangat dibutuhkan oleh setiap pegawai dalam suatu

organisasi untuk menghilangkan kekakuan dan kejenuhan dalam bekerja. Berikut adalah hal yang diperlukan dalam menciptakan suasana kerja yang menyenangkan dalam sebuah organisasi :

e. Pekerjaan yang menarik, penuh tantangan, dan tidak rutin,
f. Hubungan kerja yang intim,
g. Lingkungan kerja yang membangkitkan kegairahan bekerja, seperti penerangan lampu yang cukup, alat-alat yang lengkap, ventilasi ruangan yang cukup memberi udara segar, dan
h. Perlakuan yang adil

3. Informalitas Kerja Yang Wajar Dalam Hubungan Kerja

Suatu organisasi yang baik adalah suatu organisasi yang dipimpin dengan cara-cara yang demokratis. Administrasi dan menejemen yang demokratis sering disebut dengan istlah o*pen administration and management, permissive administration and management, participative administrtation and managemen.* Sifat keterbukaan organisasi yang organisasi yang demokratis dimanifestasikan terutama oleh hubungan kerja yang informal. Artinya, semakin baik administrasi dan manajemen suatu organisasi, hubungan kerja pun semakin informal tanpa melupakan segi formal dari hubungan kerja itu. Tetapi jika informalitas dibiarkan terlalu menguasai hubungan kerja, rasa hormat terhadap pimpinan dapat berkurang. Sebaliknya,

jika formalitas terlalu menonjol, maka kekuatan dalam hubungan kerja akan timbul yang mengakibatkan kelambat-lambatan.

4. Manusia Bawahan Bukan Mesin

   Berbeda dari uang, mesin, metode, materiil, dan alat-alat produksi yang lain, manusia ingin diperlakukan secara terhormat. Kepribadianya diakui, keinginannya diperhatikan, kebutuhannya yang materiil dan non materiil dipuaskan dan kemampuannya dikembangkan secara teratur. Untuk ini pengertian, penghargaan, dan perasaan memegan peranan yang menentukan.

5. Kembangkan kemampuan bawahan sampai tingkat yang maksimal

   Kepada setiap orang didalam organisasi harus diberikan kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengembangkan kapasitas mentalnya melalui pendidikan, latihan-latihan baik yang bersifat latihan jabatan ataupun *on-the-job training* maupun yang bersifat *off-the job training* dan dengan cara-cara pengembangan lainya.Untuk menerapkan prinsip ini dengan sebaik-baiknya adaah tugas pimpinan untuk mengetahui bakat dan keahlian bawahanya. Pimpinan harus pula mengetahui batas-batas bawahannya agar dalam usaha pengembangan kemampuan itu pengarahan yang lebih tepat dapat dibuat.

6. Pekerjaan yang menarik dan penuh tantangan

Seorang yang sungguh-sungguh mau bekerja akan tidak menyenangi pekerjaan yang bersifat rutin. Baginya pekerjaan yang demikian akan segera membosankan. Sebaliknya, pekerjaan yang penuh tantangan akan memperbesar kegairahan bekerjanya, memperluas imajinasinya dan memperhebat daya kreasinya serta inisiatifnya.

7. Pengakuan dan penghargaan atas tugas dengan baik

   Pimpinan harus cepat mengakui dan menghargai pelaksanaan tugas dengan baik seorang bawahan, karena sudah dibahas pada halaman sebelumnya bahwa manusia adalah mahluk yang memiliki perasaan, seingga sekecil apapun itu penghargaan yang diberikan oleh pimpinan maka bisa menjadi suatu motivasi tersendiri. Bentuk pengakuan dan penghargaan itu dapat berbentuk kenaikan pangkat luar biasa, kenaikan gaji berkala luarbiasa, hadiah berupa uang, surat penghargaann, dan kombinasi dari beberapa hal tersebut.

8. Alat perlengkapan yang cukup

   Dalam kegiatan administrasi dan manajemen sering terjadi keterlambatan dalam pelaksanaan tugas disebabkan oleh tidak tersedianya alat perlengkapan yang diperlukan untuk pelaksanaan tugas, hal tersebut jelas sangat tidak efisien, karena itu dibutuhkan perlengkapan ataupun fasilitas yang memadai dalam setiap kegiatan administrasi ataupun manajemen agar setiap pegawai merasa

nyaman dalam bekerja dan mampu menggunakan waktu dengan sebaik mungkin.

9. "*the right man on the right place"*

   Setiap orang harus ditempatkan sesuai dengan keahlianya dan kecakapannya. Untuk itu sangat penting bagi seorang pemimpin untuk mengetahui apa bakat, kecakapan, dan keahlian bawahannya. Harus diketahui pula batas-batas kemampuannya. Dalam organisasi dikenl dengan apa yang disebut "*occupational incompetence".* Artinya ada batasan-batasan maksimal untuk dicapai seseorang dalam kariernya. Misalnya, ada yang sangat baik sebagai kepala bagian, tetapi tidak mampu menjadi kepala biro. Jika ia ditempatkan sebagai kepala biro, maka ia akan kehilangan kegairahan bekerja, karena ia akan selalu "*frustrated",* tidak akan merasa pasti dalam tindakan dan keputusannya. Artinya penempatan kerja yang salah juga dapat mempengaruhi efisiensi dan produktifitas kerja seorang pegawai.

10. Balas jasa harus setimpal dengan jasa yang diberikan

    Kepada setiap orang didalam organisasi harus diberikan imbalan yang setimpal dengan jasa yang diberikan dan sekaligus dapat menjamin tingkat hidup yang layak baginya dan keluarganya. Hal tersebut dilakukan agar setiap orang dalam organisasi dapat berkonsentrasi bekerja ketika setiap kebutuhan nya dapat terpenuhi.

Prinsip ini merupakan salah satu prinsip yang tersulit dipraktikan oleh suatu negara yang miskin dan sedang berkembang karena adanya lingkaran yang berupa pendapatan per kapita nasional yang rendah, prekonomian yang tidak stabil, produktivitas yang rendah serta manajerial dan kemampuan teknologi yang sangat kurang tetapi meskipun demikian, pimpinan harus berusaha untuk sedapat mungkin menerapkan prinsip ini.

Dengan diterapkanya prinsip-prinsip *human relations* oleh pimpinan, maka diharapkan tercipta sebuah kondisi organisasi yang harmonis serta meningkatnya solidaritas dan loyalitas yang akan mendorong tingkat produktivitas kerja.

Dari pengertian diatas, loyalitas mempunyai pengertian ketaatan (kesetiaan) terhadap sesuatu. Loyalitas disini dapat diartikan ketaatan untuk tetap bekerja pada organisasi yang bersangkutan dengan tekun meskipun ditempat lain ada pekerjaan yang lebih menguntungkan. Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan, loyalitas para pegawai CV. Harya Teknik terhadap pimpinannya akan terlihat pada kepatuhan pegawainya, misalnya dalam pemberian tugas dan perintah, bawahan menolak atau tidak. Sedangkan loyalitas pimpinan terhadap bawahanya dapat dilihat dari seberapa jauh perhatian pimpinan terhadap pegawainya baik dalam hal pekerjaan maupun diluar pekerjaan.

Melihat hal-hal tersebut, maka jelas dikatakan bahwa kunci aktivitas *Human Relations* adalah motivasi *(motivation)* memotivasikan para pegawai atau karyawan untuk bekerja giat berdasarkan kebutuhan meraka secara memuaskan yakni kebutuhan akan upah yang cukup bagi keperluan hidup keluarganya sehari-hari, kebahagia keluarganya, kemajuan dirinya sendiri, dan lain sebagainya.

Effendy dalam bukunya *human relations* dan *public relations* menyatakan bahwa :

> "fungsi human relations dalam manajemen ialah memotivasi para karyawan; membangkitkan motif mereka, mengunggah daya gerak mereka untuk bekerja lebih giat"(Effendy, 71:2009)

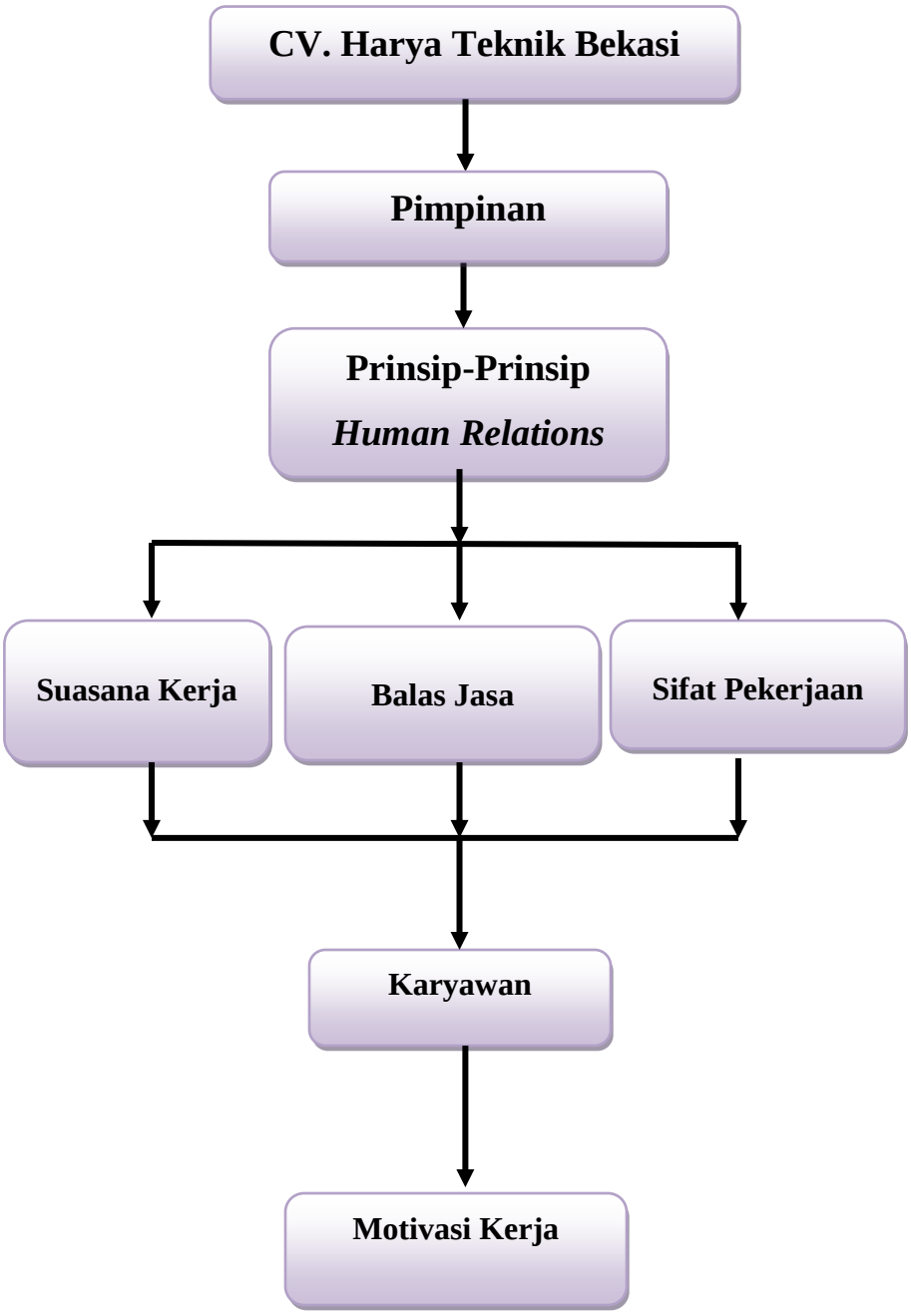
Sedangkan tujuan motivasi menurut Maluyu S.P. Hasibuan adalah:

1. Untuk mengubah perilaku pegawai sesuai dengan keinginan pemimpinnya;
2. Untuk meningkatkan kegairahan kerja pegawai;
3. Untuk meningkatkan disiplin pegawai;
4. Untuk menjaga kestabilan pegawai;
5. Untuk meningkatkan prestasi pegawai;
6. Mengefektifkan pengadaan karyawan;
7. Untuk mempertinggi moral pegawai;
8. Untuk meningkatkan rasa tanggung jawab pegawai pada tugas-tugasnya;
9. Untuk meningkatkan produktivitas dan efesiensi pegawai;

10. Untuk memperdalam kecintaan pegawai terhadap perusahaan;
11. Untuk memperbesar partisipasi terhadap perusahaan; (Hasibuan, 1996: 97)

Menurut Sondang P Siagian , pengerakan (motivating) didefinisikan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan effisien dan ekonomies (Siangian, 106:2003) . Dari pola di atas, dapat kita simpulkan bahwa motivasi (berupa kebutuhan materil dan imateril) sebagai media untuk mendorong manusia/karyawan untuk lebih semangat dalam bekerja, selain itu motivasi memiliki dampak yang sangat positif bagi lingkungan kerja di dalam organisasi, apabila kebutuhan para karyawan telah tercukupi oleh organisasi, maka secara otomatis tugas organisasi akan tercapai. Maka berdasarkan kerangka pemikiran diatas alur peneliti dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1. Alur Berpikir Peneliti



Sumber : Aplikasi Peneliti, Maret 2014