

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Implementasi

Implementasi merupakan sebuah pelaksanaan atau penerapan yang telah disusun secara terperinci yang dimana terapan atau sebuah pelaksanaan dilakukan secara utuh untuk keseluruhan. Implementasi juga dapat diartikan sebagai bahan evaluasi atas suatu kegiatan yang telah dilakukan. Sebagaimana penjelasan implementasi menurut Grindle (1980:7) menjelaskan bahwa implementasi merupakan proses umum tindakan administratif yang dapat diteliti pada suatu tingkatan sebuah program. Proses implementasi dapat dimulai apabila jika tujuan dan sasaran telah dibentuk, program kegiatan sudah tersusun.

Usman dalam bukunya yang berjudul “Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum” (2002:70), menjelaskan bahwa implementasi merupakan sebuah aktivitas, aksi, tindakan, dan mekanisme dalam sebuah pelaksanaan. Implementasi bukan hanya suatu aktivitas, melainkan sebuah kegiatan yang didasari oleh struktur atau rencana untuk mencapai sebuah tujuan. Selain itu juga menurut pandangan Van Meter dan Van Horn yang dikutip oleh Wibawa (1994:15) menjelaskan bahwa implementasi kebijakan merupakan sebuah tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh organisasi, pemerintah, dan perusahaan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok bertujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan penjelasan implementasi diatas, bahwa implementasi dapat dikatakan suatu kegiatan yang sudah terstruktur atau terencana guna untuk

mencapai tujuan yang diinginkan oleh sebuah perusahaan.

Konsep implementasi mencakup dalam dua hal yaitu program kebijakan (*policy*) yang akan menghasilkan *outcome*. Tujuan dari kebijakan tersebut merupakan hasil kebijakan yang dilakukan oleh *actor*, sehingga pada *actor* disini meliputi dua kelompok yaitu, formator dan implementor. Menurut penjelasan diatas implementasi menurut Lane (1993:91) terdapat dua konsep implementasi dan memiliki fokus yang berbeda, yaitu:

- a. Implementasi sebagai tujuan akhir dalam penyampaian kebijakan (*policy achievement*). Dalam konsep ini yaitu evaluasi, menilai sejauh mana dalam keberhasilan sebuah implementasi.
- b. Implementasi merupakan sebuah proses kebijakan yang berfokus pada proses implementasi.

Menurut Lane yang dikutip oleh Sinaga (2010:17), menjelaskan bahwa konsep implementasi memiliki dua aspek yaitu:

- a. Hubungan antara tujuan dan hasil serta sisi tanggung jawab.
- b. Proses yang membawa kebijakan masuk kedalam efek yang menumbuhkan sisi rasa kepercayaan.

Dari segi tanggung jawab dan kepercayaan menurut Lane (1993:103) proses kebijakan terdapat dua model yaitu:

- a. *Tip – down* yaitu memberikan sebuah tekanan pada tanggung jawab.

- b. *Bottom – up* yaitu memberikan sebuah tekanan kepada kepercayaan.

Pada dasarnya proses implementasi didasari oleh tanggung jawab dan kepercayaan. Selain itu juga model implementasi menurut Van Meter dan Van Horn (1975:138) dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Kebijakan Pendidikan” terdapat enam variabel yang dapat meningkatkan kejelasan antar kebijakan dan kinerja implementasi yaitu:

- a. Standar dan sasaran kebijakan.
- b. Komunikasi organisasi.
- c. Karakteristik komunikasi organisasi.
- d. Kondisi sosial, ekonomi, dan politik.
- e. Sumber daya.
- f. Sikap atau karakteristik pelaksana.

2.2. Human Relations

2.2.1. Definsi Human Relations

Human Relations merupakan sebuah bagian dari kegiatan *public relations* didalam perusahaan atau instansi, dimana suatu hubungan yang terjalin didalam lingkungan internal perusahaan seperti, karyawan, manajer, dan semua elemen yang berada disebuah perusahaan. Hubungan yang terjalin didalam sebuah perusahaan bersifat formal maupun informal secara harmonis dan dijaga dengan baik didalam sebuah perusahaan. *Human Relations* didalam sebuah

perusahaan sangat penting dikarenakan dapat menjaga hubungan yang harmonis antara sesama karyawan maupun antara karyawan dan manajer.

Human Relations dalam arti yang luas adalah komunikasi antar manusia, dimana seseorang berkomunikasi secara langsung sehingga menghasilkan timbal balik baik dan meningkatkan, menjaga hubungan menjadi lebih harmonis. Istilah *human relations* sebenarnya sulit untuk menerjemah artinya sebagaimana menurut Effendy (2009:41) dalam bukunya yang berjudul ” *Human Relations dan Public Relations*” mengatakan bawah ada juga yang menerjemahkan sebagai “hubungan manusia” selain itu juga ada yang menerjemahkan sebagai “hubungan antar manusia”. Sebernarnya didalam penerjemahaan tersebut tidak ada bedanya dikarenakan berfokus kepada interaksi sesama manusia mulai dari perilaku, sikap, watak, dan kepribadian.

Selain itu juga Effendy (2009:48) menjelaskan lebih dalam lagi bahwa *Human Relations* dalam arti yang sempit adalah komunikasi persuasive yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka atau secara langsung didalam sebuah perusahaan atau organisasi yang berada didalam situasi kerja (*work situation*) dan didalam organisasi (*work organization*), sedangkan dalam arti yang luas *Human Relations* adalah komunikasi persuasive yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka atau secara langsung didalam situasi apapun.

2.2.2. Fungsi Human Relations

Fungsi *Human Relations* bagi organisasi maupun perusahaan sebagai maksud dan tujuan untuk dijadikan sebuah *Human Relations* seperti yang telah dikemukakan oleh Djaja (Rosalina & Apiska, 2018:6) dalam buku yang berjudul "*Human Relations*" menjelaskan bahwa ada empat fungsi *Human Relations*, yaitu:

- a. Mencegah kesalah pahaman antara pimpinan dan bawahan.
- b. Mengembangkan dan meningkatkan kerjasama antara pimpinan dan bawahan.
- c. Membentuk sebuah *teamwork* yang baik dan efektif.
- d. Mengarahkan suatu individu didalam sebuah kelompok pada tujuan yang diinginkan.

Fungsi *Human Relations* diatas bertujuan sebagai bentuk motivasi bagi karyawan untuk menumbuhkan dan membangkitkan semangat kerja untuk lebih giat lagi. Mengingatkan mereka untuk saling bekerjasama secara produktif agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai, dengan semangat kerjasama akan menciptakan hubungan yang harmonis serta kenyamanan didalam lingkungan sebuah perusahaan.

2.2.3. Tujuan Human Relations

Tujuan utama dalam *Human Relations* menurut Maier (Risnawati, 2015:4) dalam buku yang berjudul "*Human Relations*" mengatakan bahwa ada tujuh tujuan *Human Relations*, yaitu:

- a. Untuk mewujudkan keselarasan dan keserasian hubungan kerja antara manajer dan karyawan didalam perusahaan maupun dengan pihak luar perusahaan.
- b. Memenuhi kebutuhan antara individu dengan individu yang lainnya.
- c. Memperoleh pengetahuan dan sebuah informasi baru.
- d. Menumbuhkan dan meningkatkan kerjasama.
- e. Menghilangkan rasa sikap egois.
- f. Menghindari sikap stagnan karena manusia adalah makhluk *humo socius* yang dapat mengubah sikap dan perilaku serta memberikan bantuan kepada orang lain.
- g. Dapat dilakukan untuk menghindari dan menghilangkan hambatan dalam melakukan komunikasi, menghilangkan sikap salah pengertian, dan mengembangkan sifat konstruktif manusia,

Dalam melakukan *Human Relations* yang baik membutuhkan usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Untuk menerapkan prinsip *Human Relations* yang baik menurut Effendy (2005:5) bahwa setiap kegiatan yang berhubungan dengan *Human Relations* seorang pemimpin

disebuah perusahaan harus berusaha bisa untuk memecahkan sebuah permasalahan yang dihadapi oleh karyawannya. Tujuannya untuk meningkatkan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan hati yang bahagia.

2.2.4. Prinsip-prinsip *Human Relations*

Didalam *Human Relations* terdapat prinsip-prinsip baik yang perlu diperhatikan dan harus dimiliki pula didalam kegiatan *Human Relations*. Menurut Keith (1927:64) dalam bukunya yang berjudul “*Human Relations At Work*” menjelaskan prinsip-prinsip *Human Relations* disetiap organisasi maupun perusahaan, yaitu diantaranya adalah:

a. Importance Of Individual

Prinsip ini menjelaskan bahwa setiap kepentingan individu harus diperhatikan oleh setiap karyawan dan mengetahui perasaannya masing- masing. Hal tersebut sangat penting dilakukan bertujuan untuk meningkatkan semangat kerja.

b. Mutual Acceptance

Prinsip ini menjelaskan bahwa setiap manajer dan karyawan perlu adanya sikap saling menerima sebagai individu maupun kelompok serta kebutuhan untuk saling menghormati fungsi dan tanggung jawab masing- masing. Saling memahami antar manajer dan karyawan sangat diperlukan sekali dalam melakukan tugasnya masing-masing yang diberikan.

c. High Moral Standart

Prinsip ini menjelaskan bahwa dasar yang paling tepat untuk menilai suatu kebenaran dan sebuah tindakan yang melibatkan orang lain adalah moralitas dan terpengaruh kepada Hak Asasi Manusia. Moral yang tinggi perlu diperhatikan oleh setiap tindakan, sikap profesional, pimpinan, dan pekerjaan.

d. Common Interest

Prinsip ini menjelaskan bahwa manejer dan karyawan harus saling berkaitan antar satu sama lain atas kepentingan bersama. Hal ini bertujuan untuk tercapainya tujuan yang diinginkan dilakukan secara bersama melalui kerjasama.

e. Open Communications

Prinsip ini menjelaskan bahwa saling berbagi gagasan, informasi, dan perasaan sangat penting bagi seluruh komponen perusahaan maupun organisasi. Hal ini bertujuan untuk memperoleh saling pengertian dan dalam melakukan tugasnya dilakukan secara efektif.

f. Participations

Prinsip ini menjelaskan bahwa hasil yang baik dapat terjadi melalui adanya keseimbangan dalam melihat sudut pandang seseorang didalam sebuah perusahaan serta adanya sikap saling berbagi.

Dalam prinsip ini dapat dilakukan dengan cara melibatkan partisipasi dalam menyampaikan ide, gagasan, dan saran. Berdasarkan prinsip *Human Relations* diatas bahwa harus saling menjaga perilaku yang baik, saling menerima, bekerja secara profesional dan produktif, saling pengertian diantara satu sama lain dengan berkomunikasi secara terbuka. Hal ini untuk menjaga lingkungan yang tetap harmonis dan nyaman didalam sebuah perusahaan demi mencapai tujuan bersama.

2.2.5. Kunci Aktivitas *Human Relations*

Menurut Effendy (2009:52), dalam bukunya yang berjudul “*Human Relations dan Public Relations*” kunci *Human Relations* yaitu melakukan motivasi kepada karyawan. Memotivasi karyawan untuk bekerja lebih giat dan semangat bukanlah hal yang mudah, karena memerlukan kepuasan hati seluruh karyawan seperti menaikan upah, kebahagiaan keluarga, kesuksesan yang diraih oleh diri sendiri. Seorang pemimpin didalam perusahaan atau organisasi harus bisa berfikir secara situasional dalam mencapai tujuan agar terhindar dari kesalah pahaman antara karyawan dan menciptakan suasana yang harmonis serta nyaman satu sama lain.

2.2.6. *Human Relations* Sebagai Kegiatan Komunikasi

Human Relations bukan hanya sebagi suatu kegiatan melaikan sebagai *actions oriented* yang artinya suatu kegiatan yang diciptakan dan dipelihara dengan baik secara berkelanjutan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih produktif serta memuaskan. Inti dari *Human Relations* adalah manusia, yang berada didalam sebuah perusahaan maupun organisasi yang merupakan

karyawan, manusia disini ditinjau sebagai karywan. Pada dasarnya setiap manusia berbeda dengan satu sama lain yang dapat dilihat dari latar belakang dalam berkomunikasi.

Komunikasi akan lebih efektif apabila terdapat kesamaan dalam hal latar belakang, sebagaimana yang dijelaskan oleh Efert M. Rogers dan Agarwala Rogers yang dikutip oleh Effendy (2009:77) bahwa untuk kesamaan dan ketidak samaan didalam *frame of refence* dan *field o experience* antara komunikator dengan komunikan dinamakan "*homophily*" dan "*heterofophily*" secara jelsanya *homophily* merupakan derajat antara komunikator dan komunikan yang sama dengan ciri-ciri tertentu seperti, kepercayaan, pendidikan, dan situasi sosial. Sedangkan *heterophily* adalah dejarat komunikator dan komunikan yang tidak sama dengan ciri-ciri tertentu.

Para manejer perlu melakukan *Human Relations* baik kepada publik internal maupun kepada publik eksternal. Didalam sebuah perusahaan atau organisasi *Human Relations* perlu dilakukan sebagaimana menurut Effendy (1993:75) bertujuan untuk meniadakan salah berkomunikasi dan salah interprestasi serta membangkitkan karyawan agar timbul rasa kerjasama yang lebih produktif dan rasa bahagia.

2.3. Hubungan Internal

2.3.1. Definisi Hubungan Internal

Hubungan internal merupakan salah satu interaksi komunikasi internal yang terjadi didalam sebuah perusahaan atau organisasi, didalamnya hubungan internal terdapat tiga jenis komunikasi internal yaitu, komunikasi vertikal,

komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara pimpinan dengan karyawan ataupun karyawan dengan pimpinan, komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi antara sesama pimpinan, karyawan dengan karyawan, komunikasi diagonal adalah komunikasi yang terjadi secara menyilang baik manajer dengan pimpinan, pimpinan dengan karyawan, dan karyawan dengan pimpinan.

Hubungan internal dalam ruang lingkup *public relations* adalah merancang alur komunikasi didalam perusahaan atau organisasi menurut Yulianita (2001:57) diantaranya dengan menjalin hubungan dengan para karyawan, hubungan dengan para manajer, hubungan dengan para buruh, dan hubungan dengan *stockholder*. Menurut Lawrence D. Brennan dan Effendy (2009:122-130) menjelaskan bahwa komunikasi internal sebagai sarana pertukaran gagasan diantara para administrator dengan karyawan didalam suatu perusahaan atau organisasi yang bertujuan untuk terwujudnya tujuan perusahaan dengan struktur yang khas dan pertukaran gagasan itu berlangsung secara horizontal dan vertikal didalam perusahaan atau organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung.

Komunikasi internal merupakan salah satu bagian dari komunikasi organisasi yang bertujuan untuk menciptakan suasana yang harmonis dalam memperoleh kerjasama didalam perusahaan atau organisasi yang dilakukan oleh semua pihak seperti manajer, pimpinan, dan karyawan. Menurut Wahyudi dalam Kambey (2003:166) mengemukakan bahwa komunikasi internal adalah proses penyampaian pesan-pesan yang berlangsung antara anggota organisasi. Antar

anggota yang dimaksud adalah antara bawahan dengan pimpinan, pimpinan dengan bawahan, dan bawahan dengan bawahan, yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

Didalam hubungan internal terdapat dua arah aliran komunikasi sebagaimana menurut penjelasan Pace dan Faules (2013:171) mengemukakan komunikasi internal dapat dibagi menjadi dua yaitu, komunikasi vertikal adalah komunikasi kebawah , komunikasi keatas dan komunikasi horizontal adalah komunikasi antar rekan. Selain itu juga menurut Pace dan Faules (2013:171) komunikasi vertikal terbagi menjadi dua arah yaitu komunikasi kebawah dan keatas:

a. Komunikasi Vertikal

Didalam komunikasi vertikal, pimpinan biasanya hanya memberi intruksi, petunjuk, arahan, dan informasi. Sedangkan bawahan hanya memberikan laporan, saran, pengaduan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi vertikal dari komunikasi vertikal kebawah (*downward communications*) dan vertikal keatas (*upward commucations*) dengan adanya komunikator dan komunikan. Komunikasi kebawah mengalir dari pimpinan ke karyawan didalam hirarki perusahaan atau organisasi., Komunikasi ini bersifat formal, ada lima jenis komunikasi dari atasan ke bawahan menurut Katz & Kanh dalam Pace dan Faules (2013:185), yaitu:

- 1) Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.

- 2) Informasi berdasarkan bagaimana pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
- 3) Informasi mengenai kebijakan-kebijakan.
- 4) Informasi mengenai kinerja karyawan.

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal menurut Pace dan Faules (2013:195) terdiri dari penyampaian informasi antara rekan kerja didalam uni kerja yang sama. Selain itu juga menurut Effendy (2003:124) menjelaskan bahwa komunikasi horizontal adalah komunikasi yang mendatar antara anggota staf dengan anggota staf, karyawan, dan karyawan dengan karyawan.

Bedasarkan penjelsan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi horizontal arus komunikasi yang mendatar antara staf dengan anggota staf yang lain terjadi secara teratur dimana karyawan yang berkerjasama dalam satu team, diantaranya para anggota kelompok karyawan yang memiliki tingkat kedudukan yang sama. Komunikasi horizontal pada dasarnya bersifat pemberian informasi oleh pemimpin yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijaksanaan pimpinan demikian tidak ada unsur perintah.

Tujuan dijaganya hubungan dengan publik internal untuk menciptakan hubungan yang harmonis sebagaimana menurut Yulianta (2007:59) menjelaskan untuk menciptakan hubungan yang harmonis

dalam rangka memperoleh kerjasama serta memungkinkan orang-orang didalam sebuah perusahaan atau organisasi untuk ikut berpartisipasi dan berprestasi lebih tinggi lagi dengan mendapatkan kepuasan hasil yang didapatkan.

2.3.2. Efektifitas Hubungan Internal

Perusahaan atau organisasi berusaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan harmonis, dengan komunikasi yang sifatnya dua arah penting untuk dilakukan oleh pimpinan dengan bawahan, bawahan dengan bawahan yang menghasilkan *feedback good human relations* sebagaimana menurut Jefkins (2002:195) terdapat tiga efektifitas dari hubungan internal, yaitu:

- a. Adanya keterbukaan dari manajemen.
- b. Adanya kesadaran dari pihak manajemen akan pentingnya komunikasi dengan pegawai.
- c. Keberadaan seorang manajer komunikasi yang tidak hanya memiliki keahlian dan pengalaman tetapi didukung juga oleh sumber daya teknis yang modern, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

2.3.3. Tingkatan Hubungan Internal

Hubungan publik internal didalam sebuah perusahaan atau organisasi memiliki tingkatan. Menurut Ruslan (2002:254) menjelaskan bawah berapa tingkatan yaitu:

- a. Hubungan dengan pekerjaan atau karyawan yang pada umumnya serta pada keluarga karyawan.
- b. Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manejer perusahaan.
- c. Hubungan dengan pemilik perusahaan.

2.3.4. Tujuan Hubungan Internal

Tujuan dari hubungan internal yang dilakukan oleh *public relations* berdasarkan dalam kegiatan hubungan internal baik secara formal maupun informal sebagaimana menurut Danandjaja (1985:17) didalam sebuah perusahaan atau organisasi mencakup beberapa hal, yaitu:

- a. Mengadakan penilaian terhadap sikap, tingkah laku, dan opini terhadap perusahaan atau organisasi.
- b. Mengadakan analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan guna untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.
- c. Memberikan penerangan atau arahan kepada publik internal maupun eksternal, karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan atau organisasi yang sifatnya objektif yang menyangkut pada kegiatan rutin yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi.
- d. Merencanakan penyusunan bagi staff yang efektif bagi kegiatan yang bersifat internal *public relations*.

2.4. Konsep four step Public Relations

Salah satu tugas *public relations* adalah menyelesaikan masalah yang terjadi didalam perusahaan atau organisasi. Sebagai mana menurut Cutlip (2006:319) menjelaskan ada empat (4) tahap bagi seorang *public relations* dalam menyelesaikan masalah. Berikut empat tahapan yang dimaksud:

1. Pencarian Fakta

Dalam langkah pertama ini, seorang *public relations* harus dapat mengetahui permasalahan yang terjadi. Dengan mengetahui permasalahan dan mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi maka seorang *public relations* dapat dengan mudah memecahkan permasalahan yang terjadi.

2. Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap selanjutnya setelah mengetahui permasalahan dan mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi. Pada tahapan ini seorang *public relations* melakukan tahap penyusunan perencanaan

yang akan dilakukan terhadap permasalahan yang terjadi sesuai dengan hasil pencarian fakta.

3. Aksi dan Komunikasi

Aksi dan Komunikasi merupakan tahap selanjutnya setelah melakukan penyusunan perencanaan. Pada tahapan ini hasil dari

penyusunan perencanaan kemudian dilaksanakan dengan aksi dan komunikasi. Tentunya seorang *public relations* sudah memperhitungkan segala sesuatu yang terjadi dalam tahapan aksi dan komunikasi demi mencapai hasil yang diinginkan.

4. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang terakhir setelah melakukan tahap sebelumnya. Pada tahapan ini seorang *public relations* melakukan evaluasi dari hasil kegiatan yang sudah dilakukan. Pada tahapan ini bertujuan untuk mengukur pencapaian kegiatan yang telah dilakukan.

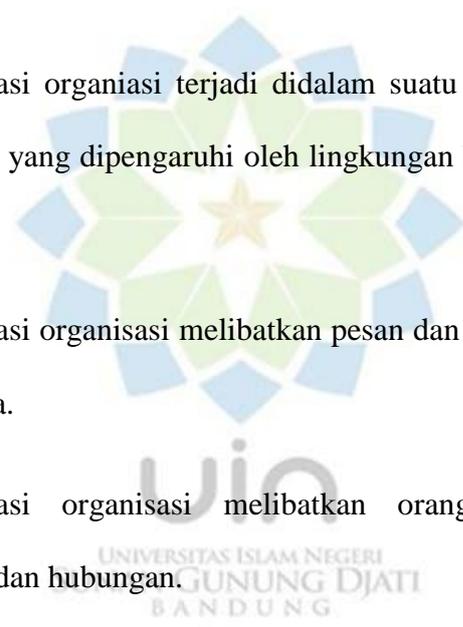
2.5. Komunikasi Organisasi

2.5.1. Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian. Yang dimaksud dengan komunikasi organisasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, pesan, ide-ide diantara anggota organisasi secara timbal balik dalam rangka mencapai tujuan yang telah disepakati. Menurut Redding dan Sanborn Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai sebuah proses penciptaan makna dan interaksi yang menciptakan suasana yang harmonis didalam sebuah organisasi. Didalam sebuah organisasi pemimpin adalah seorang komunikator, pemimpin yang efektif diharuskan memiliki kemampuan yang efektif juga. Pemimpin juga harus pandai dalam melakukan komunikasi verbal dan non

verbal, komunikasi verbal yang baik menggunakan tutur kata yang ramah, sopan, dan lembut sedangkan komunikasi non verbal yang baik menggunakan bahasa tubuh yang baik.

Selain itu juga Goldhaber (1993:14-15) dalam buku yang berjudul “Komunikasi Organisasi Kontemporer” juga mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan dari berbagai sudut pandang, seperti yang berikut ini:

- 
- a. Komunikasi organisasi terjadi didalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungan baik internal maupun eksternal.
 - b. Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah, dan media.
 - c. Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dan sikap, perasaan dan hubungan.

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dan informasi dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung pada satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti. Komunikasi organisasi membantu kita untuk menyelesaikan diri dari perubahan, menyesuaikan yang dikutip oleh Muhammad (2007:35) dalam buku yang berjudul “Komunkasi Organisasi” mengemukakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan didalam

organisasi yang kompleks. Yang termasuk didalam ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelolaan, komunikasi dari atasan ke bawahan, dari bawahan ke atasan, komunikasi dari orang-orang yang tingkatannya sama didalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan dan menulis, dan komunikasi evaluasi program.

Komunikasi organisasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara komunikan dengan komunikator didalam sebuah organisasi baik terjadi pada kelompok formal maupun kelompok informal. Sebagaimana penjelasan menurut Goldhaber dalam Muhammad (2009:67) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah *“organizational communication is the process of creating and exchanging message within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty.”* Yang artinya bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pembuatan dan pertukaran pesan didalam suatu hubungan yang memiliki rasa saling ketergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang selalu berubah-ubah. diri dengan perubahan melalui kreativitas dan adaptasi, menyelesaikan tugas- tugas melaui pemelirahaan terhadap kebijakan, dan mengembangkan hubungan dimana pesan diarahkan kepada orang-orang yang berada diorganisasi sikap, moral, dan kepuasan.

Menurut Deddy (2012:83) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” mengemukakan bahwa komunikasi organisasi terjadi didalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung didalam sebuah jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Oleh

karna itu komunikasi organisasi dapat disebut sebagai komunikasi kelompok, komunikasi organisasi juga sering terlibat juga didalam komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi,. Komunikasi formal adalah komunikasi berdasarkan struktur organisasi, yakni komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak berdasarkan struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk selentingan dan gosip.

2.5.2. Pendekatan Komunikasi Organisasi

Untuk melihat komunikasi yang terjadi didalam organisasi menurut Masmuh (2010:35) dalam buku yang berjudul “Komunikasi Organisasi Kontemporer” ada beberapa pendekatan untuk melihat komunikasi didalam sebuah organisasi sebagai berikut:

a. Pendekatan Makro

Didalam pendekatan makro organisasi dipandang sebagai sebuah struktur organisasi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Didalam interaksi ini organisasi melakukan sebuah aktivitas atau kegiatan tertentu seperti memproses sebuah informasi dari lingkungannya, melakukan integrasi dan menentukan tujuan dari organisasi.

b. Pendekatan Mikro

Pendekatan ini memfokuskan kepada komunikasi didalam unit atau subunit didalam suatu organisasi. Komunikasi yang

diperlukan dalam pendekatan ini adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk memberikan arahan atau orientasi, komunikasi dalam melibatkan anggota kelompok kedalam suatu pekerjaan atau tugas, komunikasi dalam pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui rasa kepuasan dalam bekerja.

c. Pendekatan Individual

Pada pendekatan ini berfokus pada tingkah laku komunikasi individu didalam organisasi. Semua tugas yang telah diuraikan pada pendekatan sebelumnya diselesaikan oleh komunikasi individu antara satu sama lainnya,

d. Pendekatan Ilmiah

Pada pendekatan ini beranggapan bahwa organisasi harus menggunakan metode-metode ilmiah untuk dapat meningkatkan produktivitas organisasi.

e. Pendekatan Hubungan Antar Manusia

Pada pendekatan ini berkembang sebagai reaksi perhatian kepada eksklusif faktor-faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Asumsi pada pendekatan ini dari pendekatan terhadap hubungan antar manusia didalam organisasi adalah kenaikan kepuasan kerja yang akan mengakibatkan kenaikan produktivitas.

f. Pendekatan Sistem

Pada pendekatan ini memandang bahwa organisasi sebagai sistem dimana semua subbagian berinteraksi dan setiap subbagian mempengaruhi bagiannya yang lainnya. Pada pendekatan ini, komunikasi dapat membuat sistem tersebut vital dan tetap hidup.

g. Pendekatan Kultural

Pendekatan ini memandang organisasi dan para pekerjanya memiliki seperangkat nilai-nilai dan tujuan yang sama. Itulah akibatnya para pekerja perlu ikut dalam berkontribusi untuk pertumbuhan, kemajuan, dan kemakmuran organisasi.

2.5.3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan dari melakukan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan dan melancarkan jalannya sebuah organisasi. Menurut Koontz dalam Moekijat (1993:15-16) menjelaskan bahwa tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan untuk mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu, menurut Liliweri (2013:372-373) menyebutkan ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:

- a. Menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat.
- b. Membagikan informasi (*information sharing*).
- c. Menyatakan perasaan dan emosi.

d. Tindakan koordinasi.

