**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Review Penelitian**

Review Penelitian merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait tentang pola komunikasi lainnya yaitu :

**Tabel 2.1.**

**Review Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama dan Tahun Lulus Kuliah** | **Judul Penelitian** | **Metode yang digunakan** | **Hasil Penelitian** |
| Ricky IchsanHilmanasah(skripsi 2013UNIKOMBandung) | Pola Komunikasipimpinan DepartemenKomunikasi PT.Dirgantara Indonesia(Studi DeskriptifTentang PolaKomunikasi PimpinanDepartemenKomunikasi dalamMemotivasiKaryawan PT.Dirgantara Indonesia) | Metode deskriptifdengan pendekatankualitatif.Teknik yangpeneliti gunakanadalah purvosifsampling, laludiperoleh informankunci berjumlah 1(satu) orang daninforman pendukungberjumlah 4 (empat)orang.Pencarian datadiperoleh dariobservasi kelapangan | Hasil penelitianmenunjukkan bahwa,Proses komunikasipimpinan departemenkomunikasi PT. DirgantaraIndonesia berlangsungkomunikasi timbal balik,dimana tidak hanyapimpinan saja yang selalumenyampaikan pesan daninformasi kepadabawahannya, namunpimpinan juga selalu memberikan kesempatan pada bawahannya untuk menyampaikan pesan dan informasi. Interaksi antarapimpinan dengan bawahan terjalin hubungan yang harmonis. |
| Muzawwir kholiq(skripsi 2010universitas sunankalijagaYogyakarta) | Pola KomunikasiOrganisasi (studideskriftif tentang polakomunikasi antarapimpinan dankaryawan di radiokota perakYogyakarta) | Metode deskriptifdengan pendekatankualitatif. Teknik yangpeneliti gunakan adalah purvosifsampling, laludiperoleh informankunci berjumlah 1(satu) orang daninforman pendukungberjumlah 4 (empat )orang. Pencarian datadiperoleh dariobservasi kelapangan,wawancara, studipustaka) | Hasil penelitian inimenunjukkan bahwa arus pesan terjalin saling bergantung dan saling mempengaruhi antara satu pimpinan dengan karyawan, hal ini membentuk polakomuniasi organisasi yang dapat terlihat dari peranan jaringan kerja komunikasi.masing karyawan tidak menjadika salah satunya menjadi terpisah,semua saling berkaitan dan salingberhubungan satu sama lain |
| Mariana Fajarwati(Skripsi 2011UNIKOMBandung) | Pola KomuniksiOrganisasi PadaKomunitas Oi (Penggemar Iwan Fals)” (Studi deskriptif tentang Pola Komunikasi Organisasi pada Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals) di Kota Bandung). | Metode deskriptifdenganpendekatankualitatif, penelitimenggunakan teknikpurvosif sampling dandiperoleh informan berjumlah 4 (empat)orang. Data diperolehmelalui wawancaramendalam, studipustaka,observasi, daninternet searching.Adapun teknik analisisdata yang dilakukan,melaluibeberapa tahap yaitureduksi data,pengumpulan data, penyajian data,penarikan kesimpulan,dan evaluasi | Hasil penelitianmenunjukan bahwa arus pesan komunikasi organisasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan yang dialami oleh Komunitas Oi di Kota Bandung berupa bahasa dan minimnya penggunaan teknologi. Selain itu pola komunikasi organisasi yang terjadi meski rumittetapi berjalan dengan baik |

**Sumber : Peneliti 2016**

1. **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan dibab tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh peneliti merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti. Tinjauan pustaka berisi semua pengetahuan (teori, konsep, prinsip, hukum maupun proposisi) yang nantinya bisa membantu untuk menyusun kerangka konsep dan operasional penelitian. Temuan hasil peneliti yang telah ada sangat membantu dan mempermudah peneliti membuat kerangka konseptual.

Dalam kerangka konseptual peneliti mengaplikasikan teori kebutuhan Maslow yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan dilapangan tentang pola komunikasi dimana didalam penelitian ini terdapat proses komunikasi dan interaksi. Proses Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Lalu dari interaksi, Interaksi adalah suatu jenis tindakan atau aksi yang terjadi sewaktu dua atau lebih objek mempengaruhi atau memiliki efek satu sama lain. Pentingnya sebuah teori dalam penelitian yaitu untuk membantu memperkuat penelitian tersebut, teori yang digunakan peneliti yaitu **teori Interaksionalisme Simbolik** oleh **George Herbert Mead**.

 **Raph Larossa** dan **Donald C. Reitzes** (1993) mengatakan bahwa

**Interaksionisme simbolik adalah pada intinya sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya membentuk perilaku manusia. Dalam pernyataan ini, kita dapat melihat argument Mead mengenai saling ketergantungan antara individu dan masyarakat.**

Menurut **Mulyana** dalam buku yang berjudul **Metodologi Penelitian Kualitatif (2008: 71-72)**adalah **Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol**.

Sedangkan menurut **George Herbert Mead** lalu kemudian dimodifikasi oleh **Blumer** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya **Etnografi Komunikasi(2008:22)** adalah : **Prinsip utama interaksionisme simbolik, yaitu tentang pemaknaan bahasa dalam interaksi sosial, dan disempurnakan. (2008:22)**

Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial.

**Mulyana** buku yang berjudul **Metodologi Penelitian Kualitatif (2008:71-72)** Secara ringkas **interaksi simbolik** didasarkan pada premis-premis berikut:

1. **Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka mengahadapi suatu situasi, respon mereka tidak bersifat mekanis. Tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Respon mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi individulah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.**
2. **Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindak atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindak atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak.**
3. **Makna yang di interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukaan. (2008: 71-72)**

Adapun menurut **Blummer** dikutip **Engkus Kuswarno** dalam bukunya **Etnografi Komunikasi (2008:22). interkasi simbolik** mengacu pada tiga premis utama, yaitu:

1. **Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu pada mereka.**
2. **Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain. dan,**
3. **Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses ineteraksi sosial sedang berlangsung. (2008:22).**

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif dan kreatif dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial, penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan, sebaliknya, penafsiran yang keliru atas simbol dapat menjadi petaka bagi hidup manusia dan lingkungannya.

Peneliti dalam kerangka konseptualnya memiliki konsep yang tidak terlalu rumit yang memang focus penelitiannya hanya diruang lingkup internal perusahaan dan kegiatan *Public Relations Internal* tidak menyangkut pautkan kegiatan lainnya. Dihalaman berikutnya peneliti memberikan bagan mengenai kerangka konseptual yang digunakan oleh peneliti :

**Bagan 2.1.**

**Kerangka Konseptual**



**Sumber : Penenliti 2016**

Dalam kerangka konseptual yang dibuat oleh peneliti. Peneliti sengaja membuat kerangka konseptual seperti diatas dikarenakan peneliti hanya mencari tahu seperti apa pola komunikasi yang ada di CV. Cipta Prima Nusa itu sendiri terlebih lagi antara Manajer atau ketua divisi bagian dengan pegawai yang beda levelnya. Dari pola komunikasi nya maka dilihat lagi proses komunikasi dan interaksinya agar mendapat suatu budaya kerja yang baik dalam perusahaan.

1. **Kerangka Teoritis**

Kerangka teori terdiri dari teori-teori atau isu-isu dimana penelitian kita terlibat di dalamnya dan memberikan panduan pada saat peneliti membaca pustaka.Kerangka teori tidak dapat dikembangkan kalau peneliti belum mempelajari pustaka dan sebaliknya kalau peneliti belum mempunyai kerangka teori maka peneliti tidak akan dapat membaca pustaka dengan efektif.

1. **Ilmu Komunikasi**

Menurut **Aristoteles** komunikasi adalah **alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi (ruben, 2002:21)** dan menurut **Harorl D. Lasswell, 1960.**

**Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*) (pengantar Ilmu komunikasi, 1998, hal 19, Prof. Dr. Hafied Cangara, M. Sc.) (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2005, hal 69, Dedy Mulyana)**.

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak – gerik badan, menunjukan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu, seperti ini lah cara yang disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

1. **Unsur Komunikasi**

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu.Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup di dukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan.

Menurut **Mc Quail dan Windahl**, yang di kutip oleh **Ruslan** dalam **buku Metode Reserch(2004:90)** bahwa komunikasi berkaitan erat dengan unsur – unsur sebagai berikut :

***Sender a channel, a message, a receiver, a relationship between sender and receiver, an effect, a context in which communications occurs and a range of things to which ‘ message ‘ refer. Sometimes, communications can be any or all the following : actions on another, an interaction with others and reaction to other.* (2004 : 90).**

Dari penjelasan unsur – unsur komunikasi diatas **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek(2001 : 8).**menjelaskan, dapat diuraikan menjadi Sender :

**Komunikator : yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang; Encoding : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran dalam bentuk lambang; Message : pesan, yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator; Media : Saluran komunikasi, tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan; Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan komunikator kepadanya; Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator; Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan; Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator; Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (2001 : 8).**

Dalam komunikasi efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawasandi pesan. Komunikator harus mengirim pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

1. **Proses Komunikasi**

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. Menurut **Effendy** dalam bukunya **Human Relations & Public Relation (2009:11-16)** terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. **Proses Komunikasi secara primer**

**Proses Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang *(symbol)* sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.**

1. **Proses Komunikasi secara sekunder**

**Proses Komuniaksi 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. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media kedua yang dimaksud adalah surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lain-lain. (2009:11-16)**

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

1. **Komponen Komunikasi**

**Effendy (2000:6)**, dalam bukunya **Ruang Lingkup Komunikasi**, berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. **Komunikator (*communicator*) dan Komunikan (*communicant*)**

**Komunikator merupakan individu atau kelompok yang mengambil prakarsa dalam mengadakan komunikasi dengan individu atau kelompok lain. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikan adalah penerima memang diharapkan minimal punya pengetahuan luas tentang masalah yang dikomunikasikan. Dapat dikatakan komunikator adalah orang yang memberikan pesan dan komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator.**

1. **Pesan (*message*)**

**Pesan (message) merupakan inti dari perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan, pesan ini merupakan unsur yang sangat menentukan dalam keberhasilan komunikasi. Supaya pesan dapat diterima dengan baik, pesan harus memenuhi syarat untuk mudah dimengerti.**

1. **Saluran (*channel*)**

**Saluran (*channel*) adalah wahana atau alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, dan lain-lain).**

1. **Efek (*effect*)**

**Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan lain-lain. (Effendy: 2000:6).**

1. **Konteks Komunikasi**

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Kategori berdasarkan tingkat (level) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

**Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi (2010:80-84)** yaitu

1. **Komunikasi Intrapribadi**

**Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain komunikasi intrapribadi ini melekat pada komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain).**

1. **Komunikasi Antarpribadi**

**Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, sperti suami-isteri, dua sejawat, dua sehabat dekat, guru-murid, dan sebaginya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara stimultan dan spontan, baik secara verbal ataupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggungjawab para peserta komunikasi.**

1. **Komunikasi Kelompok**

**Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yaitu berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompo tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda. Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), jadi bersifat tatap muka dan umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi secara langsung.**

1. **Komunikasi Publik**

**Komunikasi public (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu-persatu. Contohnya pidato, ceramah, atau kulai umum. Komunikasi public sering juga disebut istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Komunikasi public biasanya berlangsung formal dan pendengarnya cenderung massif. Umpan balik terbatas khusunya verbal. Ciri-ciri komunikasi public adalah: terjadi di tempat umum (*public*), misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah (masjid, gereja) atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang. Komunikasi public sering bertujuan untuk memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.**

1. **Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal (komunikasi menurut struktur) dan juga informal (komunikasi yang tidak bergantung struktur), dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi public sering melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya komunikasi public.**

1. **Komunikasi Massa**

**Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan komunikasi massa, baik cetak (surat kabar, makajal) atau elektronik (radio, televisi), berbicara relative mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonym, dan heterogen. Pesan bersifat umum, disampaikan secara serenta dan selintas (khususnya media elektronik).**

1. **Komunikasi Politik**

**Menurut International Encyclopedia Of Communication, komunikasi politik adalah setiap penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran atau penggunaan power di dalam masyarakat yang di dalamnya mengandung empat bentuk komunikasi yaitu :**

1. **Elite communication.**
2. **Hegemonic communication.**
3. **Pettionary communication.**
4. **Associated communication. (2010:80-84)**
5. **Fungsi Komunikasi**

Fungsi Komunikasi Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan – tujuan tertentu. Seperti yang dinyatakan oleh **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi(2005 : 55)** yaitu :**Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah terntu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (2005 : 55).**

Fungsi komunikasi terdapat beberapa dari banyak para pakar, peneliti memilih salah satu yaitu yang dinyatakan oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek(2003 : 55).**yang diantaranya sebagai berikut :

**1. Menginformasikan ( to inform )**

**2. Mendidik ( to educate )**

**3. Menghibur ( to entertaint)**

**4. Mempengaruhi ( to influence ) (2003 : 55).**

1. **Hambatan Komunikasi**

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses.

**Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi(2003:45)**, sebagai berikut :

1. **Gangguan (*Noise*)**

**Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh ialah gangguan suara ganda (interfensi) pada pesawat radio, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layer televisi, huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik atau halaman yang sobek pada surat kabar. Sedangkan gangguan semantik adalah jenis gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik ini tersaring ke dalam pesan istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, maka akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam sebuah pengertian.**

1. **Kepentingan**

***Interest* atau kepentingan akan mebuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tanggap. Perasaan, pikiran dan tingkah laku kita merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.**

1. **Motivasi Terpendam**

**Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda berbeda dengan orang lain, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga karena motivasinya itu berbeda intensitasnya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya.**

1. **Prasangka**

***Prejudice* atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan terberat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syakwasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, pendek kata suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak. (2003:45)**

1. **Pola Komunikasi**

**Djamarah** dalam bukunya **Pola Komunikasi(2004:1)** adalah **Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (2004:1)**

Salah satu tantangan besar dalam menentukan pola komunikasi adalah proses yang berhubungan dengan peristiwa komunikasi komunikasi dan komponennya. peristiwa komunikasi dapat membantu menentukan iklim dan moral suatu kelompok, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada jaringan komunikasi. Tantangan dalam menentukan pola komunikasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruh bagian anggota kelompok atau guru dengan murid penyandang tunarungu dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian kelompok.

1. **Tinjauan Komunikasi Organisasi**

Komunikasi sangat berperan dalan menumbuhkan kesejahteraan manusia baik dalam bidang kehidupan sehari-hari atau dalam sebuah organisiasi. Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang di organisasikan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi.bila dalam organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya.

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara social. Orientasinya bukan pada organisasi,tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Komunikasi organisasi menurut **Dedy Mulyana** dalam buku yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** **(2003:75)** yaitu :

**Komunikasi organasasi 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 gosip.(Mulyana, 2003 :75).**

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

Menurut **Wiryanto** dalam buku yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi (2004:54)**

**Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Konunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Adapun komunikasi formal adalh komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotannya secara individual.(Wiryanto, 2004 : 54)**

Sedangkan menurut **S. Djuarda Sendjaja** **(1994:132).**dalam buku yang berjudul **Teori Komunikasi**, komunikasi organisasi adalah : **Merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hierakhi jenjang dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang ditetapkan. (Sendjaja, 1994 : 132).**

Menurut **Goldhaber** yang dikutip oleh **S. Djuarda Sendjaja** dalam buku yang berjudul **Teori Komunikasi** **(1994:133)** pengertian komunikasi organisasi adalah **Arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain. (Sendjaja, 1994 : 133)**.

Dengan landasan dan konsep pengertian komunikasi organisasi yang telah dijelaskan diatas sehingga batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu: komunikasi antara manusia yang terjadi dalam konteks organisasi dapat bebentuk komunikasi formal atau komunikasi informal.

1. **Fungsi Komunikasi Organisasi**

Dalam suatu organisasi, baik yang berorentasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi, Menurut **S. Djuarsa Sendjaja** dalam buku yang berjudul **Teori Komunikasi** **(1994:138)** yaitu :

1. **Fungsi *informative***
2. **Fungsi *regulative***
3. **Fungsi *persuasive*.**
4. **Fungsi integrasi. (Sendjaja, 1994 : 138).**

 Dalam Fungsi *informative* Organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyak dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiaop orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksaan yang diterapkan pimpinan.

 Sedangkan fungsi *regulatif* berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

1. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi. Seorang atasan memiliki kewenangan memberikan instruksi/perintah sehingga didalam struktur organisasi berada pada tempat lapian atas. Penempatan ini dimaksudkan untuk memudahkan pelaksanaan instruksi kepada lapisan yang lebih bawah walaupun sebenarnya pelaksanaan instruksi oleh lapisan bawah tergantung pada faktor-faktor lain, seperti: keabsahaan pimpinan, krebilitas pesan, kredibilitas pimpinan dan sanksi terhadap ketidak jelasan dalam menjalankan tugas.
2. Berhubungan dengan pesan *regulative* pada dasarnya berorentasi pada kerja artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasab mengenai pekerjaannya.

Fungsi *persuatif* lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasaan. Melalui teknih persuasif, seolah-olah dengan kesadaran penuh karyawan bekerja tanpa adanya komando, tetapi merupakan inisiatif karyawan.

Untuk menjalankan fungsi intergrasi, 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: saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*newletter*, buletin) dan laporan kemajuan organisasi, dan saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja. Diharapkan melaluli media komunikasi tersebut, anggota organisasi dapat memahami setiap kebijaksanaan pimpinan, selanjutnya diharapkan mereka akan menjalankan tugas dengan baik, artinya setiap anggota organisasi tersebut akan berpartisipasi aktif dalam mewujudkan tujuan bersama dan yang utama adalah munculnya rasa memiliki terhadap organisasi.

Dikemukan oleh **Charles Conrad** dalam bukunya ***Strategic Organizational* *Communication*** yang menyebutkan tiga fungsi utama komunikasi organisasi, yaitu :

1. Fungsi perintah
2. Fungsi relasional
3. Fungsi manajemen ambigu

Dalam fungsi perintah Komunikasi memperbolehkan anggota organisasinya membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah. Dua jenis komunikasi yang mendukung pelaksanaan fungsi ini adalah pengarahan dan umpan balik, tujuannya untuk persuasf dan mempengaruhi anggota organisasi melalui strategi komunikasi, sehingga para anggota dapata pula mempersuasif anggota lainnya yang saling bergantung dalam organisasi.

Sedangkan dalam fungsi relasional Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan hubungan personal dengan sesama anggota dalam organisasi. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan dalam berbagai cara, misalnya kepuasaan kerja,tingkat pelaksanan perintah, artinya setiap angota organisasi harus taat dengan siapa ia membina hubungan untuk kelancaran tugas

Berbeda dengan fungsi manajemen ambigu, fungsi manajemen ambigu yaitu: Setiap hari bahkan setiap saat manusia dihadapkan pada pilihan untuk mampu mengambil keputusan, dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu/pada kondisi yang tidak pasti. Anggota diharpakn mampu mengelola situasi tersebut dengan memanfaatkan komunikasi, komunikasi adala alat untuk mengatasi ketidak jelasan yang ada dalam organisasi.

1. **Arus Komunikasi Organisasi**

Menurut **Wiryanto** dalam buku yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** **(2004:65)** arus komunikasi organisasi yaitu sebagai berikut:

1. **komunikasi ke atas**
2. **komunikasi ke bawah**
3. **Komunikasi lateral (Wiryanto, 2004 : 65).**

Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirm dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya, dari pelaksana ke manajernya. Jenis komunikasi ini mencakup, antara lain :

1. Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapainnya, apa yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.
2. Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang masih belum terjawab.
3. Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan.
4. Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oelh manajer kepada karyawanya. Bersamaan dengan pemberian pesan tersebut, biasanya diikuti dengan penjelasan prosedur, tujuan, dan sejenisnya. Para manajer juga bertangggung jawab memberikan penilaian kepada karyawannya memotivasi mereka.

Komunikasi lateral adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak dibagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

1. **Tinjauan *Public Relations***

Menurut **Internasional Public Relations Ascociatios** **(IPRA)** yang dikutip oleh **Soleh Soemirat** dan **Elvirano Ardianto** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar Public Relations** (**2005:14)** mendenifisikan ***Public Relations*** adalah :

**Fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta ataau publik (umum) untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka. (Soemirat dan Ardianto, 2005:14).**

Sedangkan menurut **Seitel** yang dikutip oleh **Soleh Soemirat** dan **Elvirano Ardianto** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar *Public Relations*** **(2005:13)** mendenifisikan ***Public Relations*** adalah

**Merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. *Public Relations* membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap opini publik, *Public Relations* secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan. (Soemirat dan Ardianto, 2005:13).**

Dari denifisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Dalam kegiataanya *Public Relations* memberi masukan dan nasehat terhadap berbagai kebijakan manajemen.
2. Dalam pelaksanaanya *Public Relations* menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya.
3. Dalam kegiatan public relations hasil yang ingin dicapai adalah *Good image* (citra yang baik), *good will* (Itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), dan *tolerance* (toleransi).
4. **Tujuan *Public Relations***

Tujuan ***Public Relations*** menurut **Yosal Iriantara** **(2004:45)** dalam buku yang berjudul **Manajemen Strategi *Public Relations***, yaitu :

1. **Membangun pemahaman publik.**
2. **Membangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publik.**
3. **Memelihara citra organisasi. (Iriantara, 2004 : 45).**

Sedangkan menurut **Oxley** yang dikutip oleh **Yosal Iriantara** **(2004:57)** dalam buku yang berjudul **Manajemen Strategi *Public Relations***, tujuan *Public Relations* adalah: **Mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya.** **(Iriantara, 2004:57).**

Secara rinci **Oxley** menyebutkan tujuan *Public Relations* yang dikutip **Yosal Iriantara** yaitu sebagai berikut :

1. ***Prestise* atau citra yang *favourable*.**
2. **Mendeteksi dan menghadapi isu dan peluang**
3. ***Good will* dari publik sasaranya.**
4. **Mencegah dan memberi solusi terhadap mpermasalahan yang terjadi.**
5. **Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka. (Iriantara, 2004 : 57)**

Dari Berbagai pendapat diatas, maka dapat dirumuskan tentang tujuan *Public Relations* secara umum yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra yang baik, sebuah perusahaan akan dinilai bonafit. hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik-publiknya.

1. **Tugas *Public Relations***

Menurut **Sr. Maria Assumpaya Rumanti OSF** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-dasar *Public Relations* Teori dan Pratik**, ada lima pokok tugas *public relations* yaitu :

1. **Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik.**
2. **Menonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umu atau masyarakat.**
3. **Memperbaiki citra organisasi atau perusahaan.**
4. **Tanggung jawab sosial.**
5. **Komunikasi. (Rumanti, 2002 : 39).**

Tujuan dalam menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada public supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta, kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik eksternal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

Selain Menonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umu atau masyarakat *public relations* juga menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan bersama dengan lingkungan karena *public relations* ikut menentukan kehidupan organisasi apabila tidak salinjg menggangu.

Bagi *public relations* menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaiman organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

*Public relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok piblik internal, publik eksternal, dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.

*Public relations* memiliki bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral, perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepimpinan, struktur organisasi.

1. **Fungsi Public Relations**

Mengutip dari **Edwin Emery** dalam ***Inntroductions to Mass Communications***, **Sr. Maria Assumpta Rumanti OS**P dalam buku yang berjudul **Dasar-dasar *Public Relations* Teori dan Praktik** menyebutkan fungsi *Public Relations*: ***The planned and organized effort of a Corporate or institutions to establish mutually beneficial through acceptable communications relationship with its various publics*. (Rumanti, 2002 : 32).**

Sedangkan menurut **Soleh Soemirat dan Elvirano Ardianto** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar *Public Relations***. *Public Relations* berfungsi:

**Menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisiapsi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembang kan *good will* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik.). (Soemirat dan Ardianto, 2005 : 12).**

Dari denifisi diatas dapat disimpukan bahwa pada dasarnya Public Relations adalah :

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh good will, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publiknya atau masyarakat umum.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini public yang bisa diterims dan menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi/perusahan.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya.
5. **Tinjauan Tentang *General Manager* dan Pegawai**

Pimpinan atau *general manager* dan karyawan adalah dua elemen penting yang ada di dalam sebuah organisasi perusahaan atau kelompok masyarakat, keduanya menempati posisis yang saling melengkapi satu sama lainnya. *Factor* yang tidak dapat dihindari dalam suatu kehidupan kelompok ialah adanya seorang pemimpin atau system kepemimpinan.

Demikian halnya dalam sebuah organisasi perusahaan yang sudah pasti memilki seorang pemimpin yang bertanggung jawab atas perusahaan tersebut. Manajer umum/ general manager adalah manajer yang memiliki tanggung jawab seluruh bagian / fungsional pada suatu perusahaan atau organisasi. Manajer umum memimpin beberapa unit bidang fungsi pekerjaan yang mengepalai beberapa atau seluruh manajer fungsional.

Pada perusahaan yang berskala kecil mungkin cukup diperlukan satu orang manajer umum, sedangkan pada perusahaan atau organisasi yang berkaliber besar biasanya memiliki beberapa orang manajer umum yang bertanggung-jawab pada area tugas yang berbeda-beda.

*General Manager* memiliki beberapa tanggung jawab utama yaitu :Pertama, berkaitan dengan penerimaan dan penempatan karyawan yakni mencari kandidat berkualitas untuk dipilih menjadi karyawan perusahaan.Kedua, membuat sistem penilaian kinerja karyawan yang dilakukan setiap enam bulan sekali. Ketiga, melakukan kegiatan pengembangan karyawan untuk meningkatkan performa kerja melalui pendidkan dan pelatihan (diklat). Kempat membuat reward system yang berkaitan dengan penggajian dan insentif. Kelima, bertanggung jawab terhadap general affairs seperti pemenuhan sarana prasarana kantor yang menunjang aktivitas kerja.Sedangkan karyawan adalah Karyawan adalah manusia yang mempunyai sifat kemanusiaan, perasaan dan kebutuhan yang beraneka ragam. Kebutuhan ini bersifat fisik maupun non fisik yang harus dipenuhi agar dapat hidup secara layak dan manusiawi.

Hal ini menyebabkan timbulnya suatu pendekatan yang berdasarkan pada

kesejahteraan karyawan dalam manajemen personalia. Karyawan harus mendapatkan perlakuan sedemikian rupa sehingga kerjasama antara pimpinan dan karyawan sebagai bawahan dapat terjalin dengan baik. Bila hubungan terjalin baik maka mudah untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan.Untuk menjalin kerjasama yang baik antara pimpinan dan karyawan, antara kedua pihak harus saling mengerti tentang kepentingan masingmasing dalam perusahaan. Untuk itu diperlukan komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan mengingat peranan komunikasi sangat besar untuk keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah digariskan.

Sebagai manusia, karyawan juga mempunyai tujuan sehingga diperlukan suatu integrasi antara tujuan perusahaan dengan tujuan karyawan. Untuk mengusahakan integrasi antara tujuan perusahaan dan tujuan karyawan, perlu diketahui apa yang menjadi kebutuhan masing-masing pihak. Kebutuhan karyawan diusahakan dapat terpenuhi melalui pekerjaannya. Apabila seorang karyawan sudah terpenuhi segala kebutuhannya maka dia akan mencapai kepuasan kerja dan memiliki komitmen terhadap perusahaan. Tingginya komitmen karyawan dapat mempengaruhi usaha suatu perusahaan secara positif.

Adanya komitmen akan membuat karyawan mendukung semua kegiatan perusahaan secara aktif, ini berarti karyawan akan bekerja lebih produktif. Penelitian menyatakan bahwa kepuasan kerja dan komitmen organisasional cenderung mempengaruhi satu sama lain. Karyawan yang relatif puas dengan pekerjaannya akan lebih berkomitmen pada organisasi dan karyawan yang berkomitmen terhadap organisasi lebih mungkin mendapat kepuasan yang lebih besar

1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian.

Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis maupun praktis dengan fokus penelitian adalah **Studi Kualitatif Pola Komunikasi Organisasi Manajer Dengan Pegawai Di CV. CIPTA PRIMA NUSA Padalarang Jawa Barat.**

1. **Teori Interaksi Simbolik (George Herbert Mead**

**Raph Larossa** dan **Donald C. Reitzes** (1993) mengatakan bahwa

**Interaksionisme simbolik adalah pada intinya sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya membentuk perilaku manusia. Dalam pernyataan ini, kita dapat melihat argument Mead mengenai saling ketergantungan antara individu dan masyarakat.**

Menurut **Mulyana** dalam buku yang berjudul **Metodologi Penelitian Kualitatif (2008: 71-72)**adalah **Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol**.

**George Herbert Mead (1863-1931)**, dikenal sebagai pencetus awal Teori Interaksi Simbolik (*Symbolic Interactionism Theory*). Dia sangat mengagumi kemampuan manusia untuk menggunakan simbol, dia menyatakan bahwa orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul didalam sebuah situasi tertentu. Sebagaimana dinyatakan oleh namanya, (*Symbolic Interactionism Theory*) menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi.

Pemikiran-pemikiran Geroge Herbert Mead mula-mula dipengaruhi oleh teori evolusi Darwin yang menyatakan bahwa organisme terus-menerus terlibat dalam usaha menyesuaikan diri dengan lingkungannya. George Herbert Mead berpendapat bahwa manusia merupakan makhluk yang paling rasional dan memiliki kesadaran akan dirinya. Di samping itu, George Herbert Mead juga menerima pandangan Darwin yang menyatakan bahwa dorongan biologis memberikan motivasi bagi perilaku atau tindakan manusia, dan dorongan-dorongan tersebut mempunyai sifat sosial. Di samping itu, George Herbert Mead juga sependapat dengan Darwin yang menyatakan bahwa komunikasi adalah merupakan ekspresi dari perasaan George Herbert Mead juga dipengaruhi oleh idealisme Hegel dan John Dewey. Gerakan adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam hubungannya dengan pihak lain. Sehubungan dengan ini, George Herbert Mead berpendapat bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk menanggapi diri sendiri secara sadar, dan kemampuan tersebut memerlukan daya pikir tertentu, khususnya daya pikir reflektif. Namun, ada kalanya terjadi tindakan manusia dalam interaksi sosial munculnya reaksi secara spontan dan seolah-olah tidak melalui pemikiran dan hal ini biasa terjadi pada binatang.

**Ralph Larossa** dan **Donald C. Reitzes**  dikutip **Richard** dan **Lynn**  dalam bukunya **Pengantar Teori Analisis dan Aplikasi** terjemahan **Maria** mengatakan bahwa interaksi simbolik adalah :

**“Pada intinya..., memahami sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya, membentuk perilaku manusia”. (2009:96)**

**Irving Zettin** dalam bukunya yaitu **Memahami Kembali Sosiologi**, interaksi simbolik adalah :

**“...masyarakat terdiri dari individu – individu yang memiliki kedirian mereka sendiri (yakni membuat indikasi untuk diri mereka sendiri), tindakan individu itu merupakan suatu konstruksi dan bukan sesuatu yang lepas begitu saja, yakni keberadaannya dibangun oleh individu melalui catatan dan penafsiran situasi dimana dia bertindak, sehingga kelompok atau tindakan individu yang disebabkan oleh penafsiran individu atau pertimbangan individu terhadap setiap tindakan yang lainnya”. (1995:332)**

**Blummer** dikutip **Richard dan Lynn** dalam bukunya **Pengantar Teori Analisis dan Aplikasi**, terjemahan Maria mengungkapkan tiga premis yang mendasari pemikiran teori interaksi simbolik, yaitu :

1. **Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna – makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka**
2. **Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia**
3. **Makna dimodifikasi melalui proses interpretatif**

**(2009:99)**

Secara teoritis Interaksi Simbolik (*Symbolic Interactionism Theory*), dalam kehidupan sosial pada dasarnya adalah “ interaksi manusia dengan menggunakan simbol – simbol”. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol – simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol – simbol ini berlaku terhadap prilaku pihak – pihak yang terlibat dalam interaksi sosial.

 Perspektif interaksi simbolik barusan memahami prilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa prilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur prilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspetasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek, dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan prilaku mereka. Prilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan implus, tuntutan budaya, atau tuntutan peran. Manusia bertindak hanya berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek – objek disekeliling mereka.

**Bagan 2.2.**

**Kerangka Pemikiran**



**Sumber : George Herbert Mead (1937)**