**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi.

2.1.1. Definisi Komunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang dari kedua belah pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan (Handoko, T. Hani., 2001 : 30).

 Tidak ada kelompok yang dapat eksis tanpa komunikasi pentransferan diantara anggota-anggotanya. Hanya lewat penstransferan makna dari satu orang ke orang lain informasi dan gagasan dapat dihantarkan. Tetapi komunikasi itu lebih dari sekedar menanamkan makna tetapi harus juga dipahami.

2.1.2. Proses Komunikasi.

 Proses komunikasi adalah bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

 Model komunikasi terdiri dari 4 (empat) proses primer dan 3 (tiga) proses sekunder yaitu (Davis, Keith dan Newstorm, John., 1985 : 33) :

1). Primer.

(1). *Source* (Sumber), sumber adalah sesorang yang memberikan pesan atau dalam komunikasi dapat disebut sebagai komunikator. Pada umumnya sumber melibatkan banyak individu baik itu perorangan maupun kelompok misalnya dalam organisasi, partai, atau lembaga tertentu. Sumber juga sering dikatakan sebagai *sender* atau *encorder*.

(2). *Message* (Pesan), pesan adalah isi dari komunikasi yang memiliki nilai dan disampaikan oleh seseorang (komunikator). Pesan bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan disampaikan melalui dua cara yaitu Verbal dan Nonverbal, dapat dilakukan secara langsung dengan cara bertatap muka atau melalui sebuah media komunikasi. Pesan juga dapat dikatakan sebagai *content* atau *information*.

(3). *Channel* (Media dan Saluran Komunikasi), sebuah saluran komunikasi terdiri atas tiga bagian yaitu lisan, tertulis dan elektronik. Media disini adalah sebuah alat untuk mengirim pesan tersebut, misalkan secara personal maka media yang komunikasi yang digunakan adalah panca indra atau dapat menggunakan media telepon, telegram, handphone yang bersifat pribadi. Sedangkan komunikasi yang bersifat massa dapat menggunakan media cetak dan media elektronik, sementara untuk internet dapat bersifat pribadi maupun massa.

(4). *Receiver* (Penerima Pesan), penerima adalah orang yang mendapatkan pesan dari komunikator melalui media. Penerima adalah elemen penting dalam menjalankan sebuah proses komunikasi, karena penerima menjadi sasaran dari komunikasi tersebut. Penerima juga dapat disebut sebagai publik, khalayak, masyarakat dan lain-lain.

2). Sekunder.

(1). *Feedback* (Umpan Balik), umpan balik adalah suatu respon yang diberikan oleh penerima. Penerima disini bukan dimaksudkan kepada penerima sasaran (khalayak) namun juga bisa didapatkan dari media itu sendiri.

(2). Efek, sebuah komunikasi dapat menyebabkan efek tertentu misalkan sebuah respon pada diri sendiri yang bisa dirasakan ketika mengalami sebuah perubahan (baik itu negatif maupun positif) setelah menerima pesan. Efek ini adalah sebuah pengaruh yang dapat mengubah pengetahuan, perasaan dan perilaku (Kognitif, Afektif, Konatif).

(3). Lingkungan, merupakan sebuah situasi yang dapat mempengaruhi terjadinya suatu komunikasi. Situasi lingkungan dipengaruhi oleh letak geografis, sosial budaya (adat istiadat, bahasa, budaya, status sosial), psikologis (pertimbangan kejiwaan seseorang ketika menerima pesan), dimensi waktu (pagi, siang, malam).

2.1.3. Fungsi Komunikasi.

 Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat, aktivitas komunikasi dapat berlangsung apabila pihak-pihak yang terlibat saling berkomunikasi secara baik. Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menuntut dua tindakan yaitu memberi dan menerima (Robbins, P. Stephen., 1996 : 5). Fungsi komunikasi secara umum diantaranya:

1). Menyampaikan sebuah pikiran atau perasaan;

2). Mengajarkan atau memberitahukan sesuatu;

3). Mengenal diri sendiri;

4). Memperoleh hiburan atau menghibur orang lain;

5). Mengurangi atau menghilangkan perasaan yang tidak nyaman;

6). Membujuk atau memaksa orang lain agar bersikap atau berperilaku sebagaimana yang diharapkan.

2.1.4. Tujuan Komunikasi.

 Tujuan dari komunikasi adalah sebagai berikut (Onong, Uchjana Effendy., 2007 : 23) :

1). *Social Change and Social Participation* (Perubahan Sosial dan Partisipasi Sosial). Misalnya membuat masyarakat ikut serta dalam pemilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat;

2). *Attitude Change* (Perubahan Sikap). Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya untuk membiasakan masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat;

3). *Opinion Change* (Perubahan Pendapat). Misalnya dalam informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapatkan tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut;

4). *Behaviour Change* (Perubahan Perilaku). Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai pengenalan marka jalan, bertujuan supaya perilaku menaati tata tertib lalu-lintas di jalan.

 Adapun tujuan dari komunikasi bisa berupa memberikan informasi kepada sesama individu maupun kepada para klien, kolega, khalayak yang bertujuan untuk diberi informasi, menolong orang lain, mengevaluasi perilaku secara efektif setelah menerima informasi tersebut (Dan, B. Curtis., 1998 : 4)

 Individu atau masyarakat cenderung lebih senang jika diberikan masukan informasi yang diperlukannya atau diberi jalan masukan menuju informasi tersebut dikarenakan merasa berada dalam keadaan percaya dan rasa aman. Menolong orang lain, memberikan nasihat kepada orang lain, ataupun berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan merupakan bentuk dari interaksi komunikasi. Mengevaluasi perilaku secara efektif, yaitu suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima informasi.

2.1.5. Bentuk Dasar Komunikasi.

 Komunikasi yang efektif tentu saja memiliki beberapa alat untuk menyampaikan suatu pesan. Mereka tahu bagaimana menempatkan kata yang membentuk arti, bagaimana mengajak peserta untuk aktif diskusi dan apakah pesan tersebut akan disampaikan secara tulisan atau lisan.mereka juga memperkuat kata-kata mereka dengan gerak isyarat dan tindakan.

 Bentuk dasar komunikasi yang lazim digunakan dalam praktek dunia bisnis dan non bisnis ada dua yaitu komunikasi verbal dan nonverbal (Purwanto, Djoko., 1996 : 2). Masing-masing bentuk komunikasi tersebut dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

1). Komunikasi Verbal.

 Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan dan lisan, tujuannya diharapkan agar orang memahami apa yang disampaikan pembicara atau penulis. Penyampaian pesan lewat tulisan dan lisan tentu memiliki suatu harapan bahwa seseorang akan dapat membaca atau mendengarkan apa yang akan dikatakan.

2). Komunikasi Nonverbal.

 Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Menurut teori antropologi sebelum manusia menggunakan kata-kata mereka telah menggunakan gerakan tubuh atau bahasa isyarat (body language) sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain. Artinya, dalam komunikasi nonverbal orang dapat mengambil suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, rasa benci, cinta, rindu, dan sebagainya. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi verbal dalam hal penyampaian pesan. Pada komunikasi nonverbal pesan disampaikan secara spontan. Sedangkan dalam komunikasi verbal seseorang sudah memiliki suatu rencana tentang apa yang akan disampaikannya.

2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.

2.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto., 2005 : 4). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi terhadap kepentingan organisasi, isinya berupa cara kerja didalam organisasi maupun produktivitas berbagai pekerjaan yang harus dikerjakan dalam organisasi. Misalnya memo, kebijakan, pennyataan, jumpa pers dan surat-surat resmi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial yang orientasinya bukan kepada organisasi tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Organisasi.

Fungsi komunikasi dalam suatu organisasi adalah sebagai berikut (Djuarsa, S. Sendjaja., 1994 :136) :

1). Fungsi Informatif.

 Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi, maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggotanya dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi didalam organisasi. Sedangkan karyawan membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya.

2). Fungsi Regulatif.

 Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu:

(1). Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran managemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Selain itu juga memberi perintah atau instruksi untuk melaksanakan aturan-aturan yang berlaku sebagaimana mestinya.

(2). Berkaitan dengan pesan yang dasarnya berorientasi kepada pekerjaan, artinya karyawan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

3). Fungsi Persuasif.

 Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan yang tidak akan selalu membawa hasil yang sesuai dengan harapan. Adanya kenyataan ini membuat banyak pimpinan lebih memilih mempersuasi para karyawan daripada memberikan perintah, sebab suatu pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan dengan pimpinan yang sering memperlihatkan kekuasaan atau wewenangnya.

4). Fungsi Integratif.

 Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik. Terdapat dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut yaitu:

(1). Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut seperti buletin dan *newsletter* atau laporan kemajuan organisasi.

(2). Saluran komunikasi informal seperti percakapan antara individu selama masa instirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini mempengaruhi keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Vertikal.

2.3.1. Definisi Komunikasi Vertikal.

 Informasi dalam organisasi mengalir secara berkesinambungan, mulai dari penciptaan, penyampaian dan interpretasi pesan merupakan proses yang mendistribusikan pesan-pesan ke seluruh anggota organisasi. Konsep proses mengisyaratkan bahwa peristiwa dan hubungan-hubungan bergerak dan berubah secara berkesinambungan, peristiwa dan hubungan adalah dinamik. Suatu hubungan atau peristiwa yang dinamis melibatkan energi dan tindakan, proses ini berlangsung secara konstan artinya komunikasi organisasi bukanlah suatu hal yang terjadi kemudian berhenti, komunikasi terjadi sepanjang waktu yang mengalir pada jenjang hierarkis dalam suatu organisasi. Komunikasi Vertikal merupakan informasi yang berpindah secara formal dari pimpinan kepada karyawan atau dari karyawan kepada pimpinan (Pace, R. Wayne, Faules, F. Don., 2002 :183).

 Dalam komunikasi organisasi dibahas tentang informasi yang berpindah dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada seseorang yang otoritasnya lebih rendah dan begitu pula sebaliknya. Komunikasi Vertikal memberikan umpan balik bagi organisasi dalam memantau perkembangan baik organisasi maupun perkembangan anggotanya. Komunikasi ini juga memungkinkan para karyawan untuk memiliki rasa dan merasa bagian dari organisasi karena terbukanya jalan komunikasi bagi mereka dengan pihak manajemen organisasi.

 Selain itu komunikasi Vertikal juga didefinisikan sebagai arus komunikasi dua arah timbal balik dari pimpinan kepada karyawan dan sebaliknya dari karyawan kepada pimpinan dalam melaksanakan fungsi-fungsi managemen yang memegang peranan cukup vital dalam organisasi (Ruslan., 2002 : 90)

 Definisi tersebut memberikan gambaran akan pentingnya komunikasi dalam menunjang fungsi-fungsi manajemen. Sebuah organisasi yang sehat memahami pentingnya komunikasi timbal balik ini tidak akan pernah mengabaikan berbagai aspek yang berkaitan dengan fungsi manajemen ini. Seorang pimpinan yang memahami betul peran karyawan dalam kemajuan organisasi akan sangat menghargai berbagai masukan dan kritikan yang disampaikan oleh karyawannya, karena hal ini menandakan dinamisnya pola komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

 Komunkasi Vertikal merupakan bagian dari jaringan komunikasi formal, bila informasi mengalir dari jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu telah mengalir melalui jaringan komunikasi formal (Muhammad, Arni., 2005 : 107). Pesan yang mengalir dalam jaringan komunikasi dari pimpinan kepada karyawan berisikan perintah atau aturan, sedangkan pesan yang mengalir dari karyawan kepada pimpinan berupa keluhan pekerjaan maupun masukan yang bertujuan untuk perbaikan dan kemajuan organisasi atau perusahaan itu sendiri.

2.3.2. Ruang Lingkup Komunikasi Vertikal.

 Sebuah organisasi terdiri dari individu dalam berbagai jabatan, ketika individu dalam berbagai jabatan tersebut berkomunikasi antara satu dengan lainnya, berkembanglah keteraturan dalam kontak antara individu tersebut. Lokasi individu dalam pola jaringan yang terjadi memberi peranan dalam individu tersebut (Muhammad, Arni., 2005 : 107).

1). Komunikasi Kebwah (*Down Ward Communications*).

 Komunikasi ini menunjukan arus pesan yang mengalir dari para pimpinan kepada para karyawan, komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan pesan yang berkenaan dengan tugas dan pengawasan (Muhammad, Arni., 2005 : 108). Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan, mencegah terjadinya kekurangan informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Manajemen puncak akan terus bergelut dengan informasi, karena itu kualitas dan kuantitas informasi harus tinggi agar dapat membuat keputusan yang bermanfaat dan cermat. Manajemen puncak harus memiliki informasi dari setiap unit dalam organisasi dan harus memperoleh informasi untuk semua unit, aliran informasi ini merupakan aktivitas yang berkesinambungan. Adapun jenis komunikasi yang dapat disampaikan dari pimpinan ke karyawan diantaranya (Pace, R. Wayne, Faules, F. Don., 2002 : 185) :

(1). Informasi tentang melaksanakan pekerjaan;

(2). Informasi tentang dasar pemikiran sebuah pekerjaan;

(3). Informasi tentang kebijakan perusahaan;

(4). Informasi tentang kinerja karyawan.

2). Komunikasi Keatas (*Up Ward Communication*).

 Komunikasi keatas adalah pesan yang mengalir dari karyawan kepada pimpinan, atau pesan yang mengalir dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi (Muhammad, Arni., 2005 : 189). Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali karyawan pada tingkat puncak melakukan komunikasi keatas, tujuannya untuk memberikan tanggapan mengenai kebjakan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini efek dari penyempurnaan moral dan sikap karyawan sehingga menciptakan kondisi komunikasi yang konduktif dalam menunjang kegiatan organisai. Kelancaran arus informasi yang mengalir dari bawah keatas sangat penting dalam meningkatkan produktivitas organisasi, karena organisasi adalah arus organisasi itu sendiri. Jika komunikasi antara karyawan dan pimpinan terhambat atau mengalami distorsi maka akan berimbas kepada kondisi organisasi menjadi tidak sehat dan ketidaknyamanan dalam pelaksanaan kewajiban baik di tingkat karyawan maupun di tingkat pimpinan itu sendiri. Adapun informasi yang seharusnya disampaikan dari karyawan kepada pimpinan diantaranya adalah (Muhammad, Arni., 2005 : 190) :

(1). Informasi tentang rancangan pekerjaan;

(2). Informasi tentang persoalan atau kendala dalam pekerjaan;

(3). Informasi tentang saran yang membangun untuk perbaikan unit;

(4). Informasi tentang keluhan dan perasaan mengenai pekerjaan karyawan.

 Dengan adanya sinergi komunikasi antara pemimpin dengan karyawan, akan bermanfaat bagi produktifitas karyawan dan organisasi karena hal-hal yang dapat menghambat menghambat laju organisasi dapat diminimalisir dan diatasi. Komunikasi keatas sangat penting untuk membuat suatu keputusan, oleh karena itu agar komunikasi ini berjalan dengan lancar dan memberikan informasi seperti yang diharapkan diperlukan pemrograman secara khusus. Untuk menyusun program tersebut diperlukan pedoman atau prinsip yang harus dipahami diantaranya (Pace, R. Wayne, Faules, F. Don., 2002 : 190) :

(1). Perencanaan;

(2). Berlangsung secara berkesinambungan;

(3). Menggunakan saluran rutin;

(4). Mengutamakan kepekaan dan penerimaan dalam pemasukan gagasan dari tingkat yang lebih rendah;

(5). Mendengarkan secara objektif;

(6). Mencakup tindakan untuk menanggapi masalah;

(7). Menggunakan berbagai media dan metoda untuk meningkatkan aliran informasi.

 Kekuatan yang mengarahkan komunikasi dalah sebuah organisasi adalah adanya motivasi. Karyawan cenderung berkomunikasi untuk mencapai beberapa tujuan baik itu memuaskan kebutuhan pribadi, atau untuk mencoba lingkungan barunya. Idealnya karyawan harus memberi dan menerima informasi dari tinggkat yang lebih tinggi terlepas dari bagaimana segala sesuatunya berjalan, manajer harus mau menerima informasi dari karyawan dan memberi tanggapan atas apa yang mereka alami, terlepas dari apakah organisasi sedang berjalan dengan lancar atau mengalami gangguan.

 Tanpa harus menghilangkan kesempatan bagi setiap karyawan untuk melakukan kontrak dengan manager di setiap tinggkat, informasi harus mengalir dari bawah ke atas dalam organisasi melaui tahap-tahap yang biasa dan rutin. Masalah dan permintaan informasi harus terus berjalan ke atas sampai melalui pihak yang dapat memberikan tindakan, bila pihak tersebut telah memberikan solusi maka aliran komunikasi tidak perlu diteruskan lebih jauh lagi sampai kepuncak pimpinan, karena masalah telah terselesaikan. Ada banyak perbedaan dalam interpretasi setiap orang atau dengan kata lain setiap orang memiliki sudut pandang yang berbeda, maka cara terbaik untuk menjembataninya adalah dengan mau mendengarkan secara seksama dan objektif.

 Komunikasi dalam organisasi harus didasarkan kepada iklim kepercayaan, bila ada kepercayaan mungkin karyawan lebih berani dalam mengemukakan gagasan dan perasaannya lebih bebas, dan pihak diatasnya dapat menafsirkan apa yang dimaksud oleh karyawan dengan lebih cermat. Pentingnya penciptaan dan pemeliharaan iklim kepercayaan membantu untuk menciptakan suatu jalur komunikasi yang terbuka dalam organisasi, dengan begitu tumbuh pemahaman bersama yang menjadikan komunikasi ke atas menjadi pekerjaan yang mudah.

2.4. Tinjauan Tentang Komunikasi Horizontal.

 Komunikasi Horizontal adalah pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan yang dilakukan antara berbagai pejabat yang memiliki kedudukan yang sama (Miftah, Thoha., 1986 : 108). Komunikasi Horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan kerja dalam unit yang sama. Unit kerja disini meliputi individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan memiliki pimpinan yang sama. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberikan informasi lainnya.

 Komunikasi Horizontal ini dirancang untuk menyediakan umpan balik tentang keadaan dan fungsi organisasi. Tujuan komunikasi tersebut merupakan utuk koordinasi komunikasi yang berdimensi Horizontal baik itu secara tertulis maupun secara lisan. Bentuk komunikasi biasanya bersifat koordinatif dan merupan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Sasaran komunikasi Horizontal bersifat saling menukar informasi atau pesan yang sangat penting dalam pemecahan masalah yang sedang dihadapi, guna menghindari penyelesaian masalah yang lambat.

 Komunkasi Horizontal berlangsung secara harmonis dan teratur diantara sesama karyawan yang bekerjasama sebagai satu tim, diantara anggota dari kelompok kerja yang berbeda dengan ketergantungan pekerjaan, antara anggota departemen fungsional dan antara personalia dengan staf. Pola komunikasi Horizontal ini berkaitan erat dengan arus pekerjaan dalam organisasi.

2.5. Tinjauan Tentang Karyawan.

2.5.1. Definisi Karyawan.

 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapatkan gaji (upah). Karyawan adalah orang-orang didalam perusahaan yang tidak memegang jabatan struktural, atau dengan kata lain orang yang biasa dibawah komando supervisor atau kepala seksi. Umumnya mereka hanya tamatan menengah atau dibwahnya, namun ada juga yang sempat mengikuti pendidikan universitas.

2.5.2. Asas-asas Komuniasi Karyawan.

Komunikasi yang berlangsung diantara para karyawan didasarkan berdasarkan asas-asas sebagai berikut:

1). Manajemen harus siap bersedia secara sadar memberikan informasi kepada karyawannya. Setiap pelaksanaannya harus memahami bahwa komunikasi memaparkan tanggung jawab utama dan dalam evaluasi pelaksanaan secara keseluruhan;

2). Komunikasi harus berfungsi sebagai suatu sistem yang lengkap antara manajemen dan karyawan;

3). Pesan tertulis harus digunakan untuk menghindari penyimpangan arti yang mungkin terjadi dalam komunikasi lisan;

4). Pesan yang disampaikan harus menggunakan kata-kata yang lazim yang sesuai dengan tingkat pendidikan karyawan;

5). Media komunikasi harus dipilih dan pesan harus disiapkan oleh komunikator yang bepengalaman;

6). Komunkasi tidak secara sengaja disalahgunakan atau disesatkan, melainkan harus faktual dan seksama serta tidak memihak;

7). Informasi harus diberikan tepat dan cepat;

8). Informasi dikomunikasikan dengan cara yang mudah dipahami;

9). Tanggung jawab terhadap komunikasi karyawan bersifat formal dan harus diserahkan kepada staf hubungan masyarakat.

2.6. Tinjauan Tentang Kepuasan Kerja.

 Kepuasan kerja adalah cara karyawan merasakan dirinya atau pekerjaannya, dapat disimpulkan kepuasan kerja merupakan perasaan yang menyokong atau tidak menyokong dalam diri karyawan yang berhubungan dengan pekerjaan maupun kondisi dirinya (Frederick Herzberg., 2011 : 24) Perasaan yang berhubungan dengan pekerjaan melibatkan aspek seperti upaya kesempatan mengembangkan karir, hubungan dengan karyawan lain, penempatan kerja dan struktur organisasi. Sementara itu perasaan yang berhubungan dengan dirinya sendiri antara lain berupa umur, kondisi kesehatan, kemampuan dan pendidikan.

 Salah satu sasaran penting dalam manajemen sumber daya manusia pada suatu organisasi adalah terciptanya kepuasan kerja anggota organisasi yang bersangkutan. Kepuasan kerja tersebut diharapkan pencapaian tujuan organisasi akan lebih baik dan akurat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh ***Herzberg*** menyatakan bahwa faktor yang mendatangkan kepuasan adalah prestasi, pengakuan, pekerjaan itu sendiri dan tanggung jawab.

 Pendapat lainnya mengatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja. Karyawan yang lebih suka menikmati kepuasan kerja dalam pekerjaannya akan lebih mengutamakan kewajibannya, atau dengan kata lain cara karyawan merasakan diri terhadap pekerjaannya (Wexley and yukl., 1997 : 18)

 Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap pekerjaannya diataranya adalah (As’ad, Muhammad., 2003 : 108) :

1). Motivator atau situasi yang dibuktikannya sebagai sumber kepuasan yang terdiri dari *achievment*, *recognition*, *responsibillity* dan *advancement*;

2). Hygiene yaitu faktor yang menjadi sumber ketidakpuasan seperti *company policy* *and administration*, relasi interpersonal, *job security* dan status.