

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2. Kajian Literatur

2.1 Riview Penelitian

Pada bagian ini dijadikan sebagai bahan acuan dan refrensi untuk peneliti dalam menyusun penelitian dengan tujuan peneliti bisa mengetahui teori yang dipakai pada saat melakukan kajian pada penelitian terbaru. Selanjutnya penelitian terdahulu sebagai cara peneliti dalam mengkomparasi penelitian-penelitian lain yang sudah ada terhadap penelitian yang akan dilakukan. Peneliti sudah menemukan beberapa penelitian yang sejenis, antara lain sebagai berikut :

Table 2 1 Riview Penelitian Sejenis

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan
1	Dinda Ramadhani (2019), Pola Komunikasi Pimpinan PTPN V Kebun Sei Pagar Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan	Stewart, L Tubbs dan Sylvia dengan 3 pola Komunikasi	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none">- Perbedaan dalam penelitian ini yaitu tempat penelitian yg berbeda dengan tempat yang dilakukan oleh peneliti- Focus dalam penelitian ini yaitu komunikasi pimpinan dalam meningkatkan motivasi pada karyawan

2	Hidayat (2019), Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Melalui Media Whatsapp	Teori Informasi Organisasi	Deskriptif Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus pada penelitian ini yaitu media yang digunakan dalam berkomunikasi antara pimpinan dan karyawan - Pada penelitian ini menggunakan teori informasi organisasi
3	Kelvin Mohammad Yusron (2022), Pola komunikasi Komunitas Bandung care	Teori Interaksi Simbolik (george Herbert Meud)	Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Focus pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola komunikasi antara anggota, pengurus dan pendiri Komunitas Bandung Care - Pada penelitian ini menggunakan konsep komunikasi kelompok yang dibuat oleh Fisher.

1. Skripsi milik Dinda Ramadhani mahasiswa Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2019, dengan judul “ Pola komunikasi Pimpinan PTPN V Kebun Sei Pagar Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi pimpinan PT Perkebunan Nusantara V Kebun Sei Pagar dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss terdapat 3 pola komunikasi, yaitu: pola komunikasi linear, pola komunikasi interaksional, dan pola komunikasi transaksional. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif serta metode pengumpulan data dengan observasi dan wawancara mendalam. Dengan hasil dari penelitian ini yaitu diukur dari tiga indikator pola komunikasi yaitu, pola komunikasi linear yang dianggap berjalan dengan baik karena bentuk komunikasinya satu arah, pola komunikasi interaksional dianggap dapat meningkatkan interaksi antara pimpinan dengan karyawan sehingga pola komunikasi ini sesuai dengan yang diharapkan bahwa komunikasi yang terus menerus dilakukan akan berdampak positif dan mendapatkan feedback yang baik, sedangkan pola komunikasi transaksional yaitu komunikasi yang dilakukan tidak hanya kepada karyawan yang bekerja didalam kantor tetapi juga yang bekerja diluar kantor. Dari keseluruhan data yang diperoleh, maka pola komunikasi interaksional yang dianggap paling berpengaruh dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan serta untuk memberikan dorongan dan nasehat sehingga dapat meningkatkan semangat kerja para karyawan

2. Skripsi milik Hidayat pada Tahun 2019 di Universitas Islam Negero Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “ Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Melalui Media Whatsapp”. Dalam penelitian ini

menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori informasi organisasi dalam meminimalisir informasi yang ambigu dalam komunikasi via Whatsapp. Hasil dari penelitian ini yaitu pola komunikasi organisasi di yatim Mandiri Yogyakarta menggunakan 2 pola komunikasi yaitu informatif dan regulative dalam berkomunikasi interpersonal dan dalam komunikasi kelompok. Komunikasi interpersonal pimpinan maupun karyawan jarang untuk menyampaikan informasi melalui chat personal. Serta dalam segi komunikasi kelompok, pimpinan dan karyawan sering melakukan penyampaian informasi melalui chat grup sebagai koordinasi dan penyampaian informasi.

3. Skripsi milik Kelvin Mohammad Yusron pada tahun 2022 Universitas Pasundan dengan judul “ Pola komunikasi Komunitas Bandung Care”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori interaksi simbolik (George Herbert Mead) dan menggunakan konsep komunikasi kelompok (Aubrey Fisher) dengan fokus penelitian untuk mengetahui pola komunikasi antara anggota, pengurus dan pendiri Komunitas Bandung Care. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas Bandung Care telah melalui empat fase komunikasi yaitu fase orientasi yaitu sebagai awal pembentukan diri anggota dalam kelompok, fase konflik yaitu proses seleksi dan kritisan gagasan yang telah diajukan, fase timbulnya fase-fase pendewasaan anggota, dan fase pendukung sebagai bentuk nyata dari kedewasaan para anggota dan pemahaman atas ide yang telah disepakati. Pola komunikasi yang dilakukan adalah pola komunikasi sirkular dengan struktur lingkaran dan telah berhasil mengaplikasikan tiga tema utama *Mind*, *Self* dan *Society* dalam proses komunikasi yang telah dilakukan.

2.2 Kerangka konseptual

2.2.1 Dfnisi Komunikasi

Menurut Stuart (1983), arti dari komunikasi berasal dari kata *communico* (berbagi), kemudian berkembang ke dalam bahasa latin, *coomunis* (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan atara dua orang atau lebih). Jadi komunikasi mendagung (berbagi, kebersamaan, atau pemahaman dan pesan). Maka secara demikian komunikasi proses yang terjadi ketika ada pesan yang dibagi ke pihak lain, pesan tersebut bertujuan untuk mencapai kebersamaan dalam pehaman. Maka komunikasi itu adalah suatu proses penyampaian antara dua orang atau lebih.

Jika ditelusuri lebih dalam dengan literatul maka komunikasi berasal dari bahasa inggris yaitu *coomunication* (noun) dan *communicate* (verb). Keduanya memiliki arti yang sama yaitu “membuat sama” (*to make common*) secara lebih mendalam *communicate* memiliki arti yaitu untuk bertukar pikiran, perasaan, informasi, untuk membuat sesuatu menjadi mengerti, untuk membuat sama, untuk mempunyai hubungan yang simpatik.

Maka dengan demikian komunikasi dalam praktiknya selalu meilbatkan adanya pesan sebagai alat untuk menukar informasi, terciptanya kebersamaan melalui pengirim pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan).

Komunikasi merupakan ilmu pengetahuan yang mengajarkan bagaimamna cara berkomunikasi dan menyapaikan suatu pesan dengan baik.proses komunikasi

bisa didapatkan dengan mempelajari, dengan mempelajari komunikasi diharapkan bisa menerapkan sesuai dengan posisi yang mereka punya.

2.2.1.2 Unsur- Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi memiliki unsur-unsur yang penting untuk dilakukan. Jika tidak adanya unsur dalam komunikasi maka bisa dikatakan bahwa komunikasi tersebut tidak berjalan. Oleh karena itu unsur-unsur komunikasi digunakan untuk proses komunikasi berjalan dengan efektif, agar komunikan dapat memahami isi pesan yang telah diterima dan selanjutnya akan memberikan timbal balik yang baik.

Pada dasarnya komunikasi bersifat dinamis, diaman setiap unsur komunikasi menunjukkan kedudukan dan hakikat yang unik, untuk menjelaskan hakikat dan kedudukan dari masing- masing unsur tersebut, maka setiap unsur dijelaskan sebagai berikut :

1. Komunikator : yaitu individu yang menciptakan dan mengirim pesan. Pesan tersebut diproses melalui pertimbangan dan perencanaan dalam pikiran. Dengan demikian seorang komunikator dapat menciptakan pesan untuk selanjutnya dikirimkan dengan cara tertentu kepada orang lain.
2. Pesan : pesan bisa disebutkan juga sebagai informasi, ada pula yang menyebut sebagai gagasan, ide, symbol, stimuli pada hakikatnya merupakan sebuah komponen yang menjadi isi dari sautu komunikasi.

3. Media : media merupakan suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator kepada komunikan, ada beberapa media dalam komunikasi yaitu, pertemuan , media cetak, audio, audio-visual, dan yang lainnya.
4. Komunikan : komunikan merupakan penerima pesan atau informasi, sebenarnya komunikan tidak hanya menerima pesan melainkan juga menganalisis isi pesan dan menafsirkan sehingga isi pesan yang diterima dapat memahami makna dari pesan tersebut.
5. Umpan balik : umpan balik merupakan respon atau tanggapan dari seorang komunikan setelah mendapatkan suatu pesan yang diterima. Dapat pula dikatakan sebagai reaksi yang timbul ketika menerima pesan tersebut.
6. Noise : gangguan sering kali terjadi dalam komunikasi, baik gangguan secara teknis maupun sistematis. Adanya gangguan komunikasi dapat menyebabkan penurunan efektifitas dari proses komunikasi.

2.2.1.3 Tipe- Tipe Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi dikalangan para pakar berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. R. Wayne Pace dengan teman-temannya dari Brigham Young University dalam bukunya *Techniques for effective Communication* (1979)

membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, serta komunikasi khalayak.

1. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (Interpersonal Communication)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamati atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang.

Dalam proses pengambilan keputusan, sering kali seseorang dihadapkan kepada pilihan iya atau tidak. Keadaan semacam ini membawa seseorang pada situasi berkomunikasi dengan diri sendiri, terutama dalam mempertimbangkan untung ruginya suatu keputusan yang akan diambil. Cara ini hanya bisa dilakukan dengan metode komunikasi interpersonal atau komunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi antapribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan oleh R. Wayne Pace (1979) bahwa “ *interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”

Menurut sifatnya, komunikasi antarpeibadi dapat dibedakan menjadi 2 yaitu, komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*).

Komunikasi Diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi Diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk yakni, percakapan, dialog, dan wawancara.

Sedangkan, komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain.

3. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut dengan komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Komunikasi publik memiliki ciri komunikasi interpersonal (pribadi), karena berlangsung secara tatap muka, namun terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki ciri masing-masing.

Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara kontinu. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi antar sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan karena waktu

yang digunakan sangat terbatas, dan jumlah khalayak relatif besar. Sumber sering kali tidak dapat mengidentifikasi satu per satu pendengarnya.

4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa dapat diidentifikasi sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesan dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

Dibanding dengan bentuk-bentuk komunikasi sebelumnya, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif.

Selain itu, penyebaran pesan melalui media massa berlangsung sangat cepat, serempak, dan luas. Ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan kerja relatif banyak untuk mengelolanya.

2.2.3 Komunikasi Antarpribadi

Menurut Josep A Devito yang dikutip oleh Praktikno, (2017); *“interpersonal Communication is sending of message by one person and receiving message by another person of some group of person with some effect and some immediate feedback”* (komunikasi antarpribadi adalah pengiriman dan penerimaan pesan oleh seorang kepada orang lain dalam jumlah kelompok kecil dengan beberapa dampak dan umpan balik seketika). “ secara umum komunikasi antarpribadi bisa diartikan sebagai salah satu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Penegertian ini mengacu kepada perubahan dan tindakan yang berlangsung secara terus-menerus.

Komunikasi antarpribadi juga merupakan suatu perutakaran dengan tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi. Alo Liliweri mengukakan sifat-sifat komunikasi antar pribadi yang terangkum dalam pendapat-pendapat Readon, Porter dan Samovar sebagai berikut :

- a). komunikasi antarpribadi, selalu menampilkan perilaku verbal maupun nonverbal. Hal itu memang merupakan penegasan dari ciri komunikasi interpersonal memberikan kemungkinan yang luas dalam penggunaan media komunikasi verbal ataupun non verbal
- b). komunikasi antarpribadi melibatkan perilaku yang spontan dan contrived. Perilaku spontan merupakan tindakan yang secara tidak disengaja atau disadari

karena adanya rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya tanpa dipikirkan atau direncanakan terlebih dahulu. Perilaku scripted merupakan perilaku yang terjadi karena sudah terbiasa apakah itu bersifat verbal ataupun non verbal. Perilaku contrived merupakan perilaku yang didasari oleh pertimbangan yang rasional.

c). komunikasi antarpribadi, selalu mempunyai interaksi yang memberikan umpan baik dan mempunyai koherensi. Interaksi antara komunikator dengan komunikan memunculkan adanya keterlibatan dan kepengaruhannya antara keduanya. Dengan adanya interaksi yang baik antara komunikator dengan komunikan akan terjadi umpan balik bergantian di antara keduanya. Umpan balik yang dinamis inilah yang selalu merupakan bahan untuk menjadikan peserta komunikasi belum cukup karena interpersonal juga melibatkan beberapa tingkat interaksi antara peserta komunikasi. Umpan balik sulit terjadi bila tidak ada interaksi atau aktivitas tindakan yang menyertainya. Hasil komunikasi interpersonal lainnya adalah koherensi yang berarti adanya benang merah yang menjalin pesan-pesan sebelumnya dengan yang baru saja diungkapkan. Koherensi mencegah kesalahpahaman antara anggota komunikasi interpersonal yang terlibat.

d). Komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang hidup, dimana diartikan bahwa komunikasi interpersonal tidak bersifat statis tetapi selalu memberikan cakrawala baru bagi mereka yang terlibat di dalam komunikasi tersebut.

e). komunikasi antar pribadi, biasanya berpegang pada tata aturan yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik. Dengan intrinsik dimaksudkan yaitu suatu standar dari perilaku yang dikembangkan oleh seseorang sebagai pedoman bagaimana mereka melaksanakan komunikasi. Sedangkan ekstrinsik adalah standar atau tata aturan yang timbul karena adanya pengaruh pihak ketiga atau pengaruh situasi dan kondisi sehingga komunikasi interpersonal harus diperbaiki atau dihentikan.

f). komunikasi antarpribadi, mendorong suatu tindakan-tindakan yang dilakukan merupakan buah hasil dari komunikasi interpersonal.

g). sifat perusatif mempunyai salah satu sifat komunikasi antarpribadi. Hal ini nampak pada kecenderungan yang ada pada komunikasi antarpribadi dalam mempengaruhi (saling mempengaruhi antara komunikator dengan komunikan)”. (Liliweri, 2014) komunikasi antarpribadi juga merupakan salah satu bentuk komunikasi yang mempunyai ciri tersendiri, dimana terjadinya proses pertukaran peran antara komunikator dengan komunikan akan lebih berkembang lagi, yang mana pertukaran tersebut dapat terus menerus bergantian hingga terbentuknya suatu situasi kebersamaan.

Proses berlangsungnya feedback dari komunikan mengalami proses yang sama seperti ketika komunikator mengumpulkan pesannya, pada saat feedback terjadi komunikan telah berubah status menjadi komunikator, komunikator pertama menjadi komunikan dan begitu selanjutnya, secara umum bahwa proses komunikasi interpersonal sama dengan proses komunikasi pada biasanya dimana paling sedikit masalah tiga komponen yaitu sumber (komunikator), pesan dan

penerima (komunikasikan). Untuk lebih memahami tiga komponen tersebut dalam proses komunikasi dikeemukakan oleh pimpinan interpersonal *Communication* oleh Joseph A Devito dalam tulisannya *The Interpersonal Communication Book* yang dikutip oleh Koesdarini Soemiatri bahwa “ komunikasi interpersonal adalah penerimaan pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik langsung” (soemantri, 2017) dengan demikian dapat diketahui perose komunikasi antarpribadi memerlukan setidaknya dua orang yang berpartisipasi dalam hubungan tuar mencari informasi melalui seperangkat isyarat yang mengandung informasi. Tujuan dari hubungan mencari informasi, persuasi, pengajaran atau hiburan menentukan peranan yang dimainkan partisipan misalkan seseorang yang mencari hiburan akan siap menerima kebohongan informasi.

2.2.3.1 Tujuan komunikasi Antarpribadi

Dalam berkomunikasi antarpribadi, setiap orang senantiasa mempunyai tujuan tertentu apakah itu dinyatakan secara implisit maupun eksplisit. Secara verbal mungkin sekali tujuan itu tidak terungkap suasana hati perasaan setiap orang yang berkomunikasi mempunyai tujuan tertentu. Terkadang tujuan itu ditetapkan dengan bersama-sama ,kadang-kadang secara kebetulan tema-tema pembicaraan itu muncul dengan sendirinya. Tujuan antarpribadi sebagaimana tujuan komunikasi pada umumnya, untu mendapatkan atau memberikan informasi, saling mendidik dan mengajarkan, saling menghibur, saling menejelaskan dan mempengaruhi. Para ahli komunikasi umumnya berpendapat bahwa “ tujuan komunikasi antarpribadi, ialah mempengaruhi terjadinya

perubahan sikap dan diikuti oleh suatu tindakan tertentu yang mewujudkan sikap itu” (Liliwei,2017). Berdasarkan definisi ahli komunikasi di atas maka bisa disimpulkan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator untuk dapat mempengaruhi komunikan dengan respon yang diharapkan oleh komunikator dapat berupa perubahan sikap dan diikuti oleh tindakan tertentu yang mewujudkan sikap tertentu dari komunikan.

2.2.3.2 Efektifitas Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi sangat efektif dalam merubah sikap dan perilaku komunikan. “ keefektifan kita dalam berhubungan antarpribadi ditentukan oleh kemampuan kita dalam mengkomunikasikan secara jelas apa yang ingin kita sampaikan sesuai dengan kehendak kita” (Supratiknya, 2015) dalam mengembangkan hubungan antarpribadi, salah satu variabel yang cukup penting untuk diperhatikan adalah daya tarik (*Atrascion*). Ada 5 faktor yang mempengaruhi daya tarik ini adalah sebagai berikut :

1. Daya Tarik (fisik dan kepribadian) kebanyakan, kita lebih menyukai orang yang secara fisik menarik untuk dilihat etimbang orang yang secara fisik tidak menarik untuk dilihat. Dan kita lebih dulu menyukai orang yang memiliki kepribadian yang menyenangkan ketimbang yang tidak. Jika kita diminta untuk menduga-duga kualitas yang dimiliki orang yang belum kita kenal, kita akan mengemukakan kualitas kualitas yang positif jika merasa orang tersebut menarik dan karakteristik negative jika menganggap orang itu tidak menarik.

2. Kedekatan jika kita mengamati orang yang menurut kita menarik, mungkin kita menjumpai bahwa mereka adalah orang-orang yang tinggal atau bekerja dekat dengan kita. Kita tanpa mempunyai harapan-harapan positif dan karenanya ingin memnyukai atau tertarik kepada mereka yang berada di dekat kita. Ledekatan juga memungkinkan kita lebih mengenal orang lain.
3. Pengukuhan kita akan merasa terataik dan menyukai orang yang dapat menghargai kita. Penghargaan atau pengukuhan dapat berifat sosial (misalnya seperti pujian kepada seseorang) atau bersifat material (berupa hadiah atau promosi).
4. Kebersamaan dengan tertarik kepada orang yang seperti kita, kita akan membenarkan diri kita sendiri. kita akan mengatakan bahwa kita pantas untuk disukai dan kit aini menarik perhatian. Walaupun ada pengecualian, kita umumnya menyukai orang yang sama dengan kita dalam suku bangsa, kemampuan, karakteristik fisik, kecerdasan dan khususnya sikap serta selera, makin penting sikap, makin penting kesamaan.
5. Sifat saling melengkapi walaupun banyak orang yang berpendapat bahwa orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama akan Bersatu, adapula yang berpendapat bahwa “kutub yang berlawanan saling Tarik menarik” (Devito,2017)

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa dalam mengembangkan hubungan antarpribadi perlu ditelaah 5 faktor utama yang mempengaruhi daya Tarik antara komunikator dengan komunikan, diantaranya yang harus diperhatikan yaitu dengan terdapatnya daya

Tarik penampilan dari komunikator yang secara fisik tidak mendari dan komunikasi lebih menyukai komunikator yang mempunyai kepribadian yang menyenangkan ketimbang yang tidak. Lalu harus mampu menciptakan kedekatan antara komunikator dengan komunikasi, kemudian harus adanya penghargaan karena disetiap individu akan merasa tertarik dan menyukai orang yang dapat menghargai orang lain. Serta minimal harus ada kesamaan antara komunikator dengan komunikasi yang berupa kemampuan, dan yang terakhir adalah adanya sifat saling melengkapi. Selain itu hal yang penting untuk diperhatikan yaitu proses mengungkapkan diri. Proses ini merupakan dasar dari awal terbentuknya interaksi lebih lanjut. Kecenderungan yang terjadi adalah setiap individu akan membuka diri kepada orang yang disukainya dan setiap individu tidak akan terbuka kepada orang yang dia tidak sukai. Setiap individu akan membuka dirinya lebih banyak kepada orang yang dapat dia percaya, kita lebih cenderung akan membuka diri dengan topik tertentu ketimbang topik yang lain umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, makin kecil kemungkinan kita mengungkapkannya.

2.2.3.3 Elemen-Elemen komunikasi Antarpribadi

Untuk memberikan gambaran lebih jelas dalam proses komunikasi antarpribadi, maka pada sub pokok pembahasan mengenai elemen komunikasi ini akan menggambarkan sebuah bagan komunikasi interpersonal dan elemen-elemen yang terdapat didalamnya. Adapun elemen-elemen dan proses yang terjadi pada komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut :

1. Sumber/ Komunikator (source)

Komunikasi interpersonal terjadi ketika ada dua orang yang sedang berkomunikasi. Setiap orang tersebut berfungsi sebagai source (menyusun dan mengirim pesan) dan receiver (menerima dan menafsirkan pesan). Dalam komunikasi interpersonal term source-receiver dimaksudkan bahwa setiap orang yang berkomunikasi bertindak sebagai *source* dan sekaligus sebagai *receiver*. Seorang memberikan arti atas pikirannya dan perasaannya dalam lewat sebuah kode atau beberapa set symbol (biasanya dilakukan oleh pengirim pesan). Proses *encoding*. Dengan menerjemahkan kode-kode tersebut. Kita secara langsung telah melakukan proses *decoding* (biasanya dilakukan penerima pesan atau receiver) siapa diri seorang, apa yang dipikirkannya semua perilaku akan berpengaruh pada apa yang dikatakannya, bagaimana cara mengutarakannya, dan pesan yang akan diterimanya. Begitu juga sebaliknya, apa yang kita pikirkan tentang lawan komunikasi kita, serta bagaimana pengetahuannya akan mempengaruhi pesan interpersonal. *Encoding* mengacu kepada kegiatan pembuatan pesan, sedangkan *decoding* merupakan kegiatan menerima dan memberikan makna akan pesan yang telah disampaikan. Orang yang menangkap dan menerjemahkan pesan tersebut dinamakan sebagai *decoder*. Kegiatan encoding dan decoding untuk menggambarkan bahwa kedua aktivitas dilakukan sebagai kombinasi atas setiap partisipan komunikasi dimana setiap orang dalam komunikasi bertindak sebagai *encoder* dan *decoder* sekaligus. Komunikasi interpersonal dikatakan baru terjadi ketika pesan telah melalui proses *encoding* dan *decoding*.

2. Proses Encoding

Decoding Encoding mengacu kepada artian aksi pembuatan pesan, seperti berbicara ataupun menulis. Decoding adalah kebalikannya, mengacu kepada aksi mengerti arti dari pesan, seperti mendengarkan ataupun membaca. Dengan mengirimkan pesan melalui gelombang suara (dalam pembicaraan) atau gelombang cahaya (dalam tulisan), sama dengan membentuk ide-ide tersebut menjadi sebuah kode, itulah encoding. Dengan menerjemahkan suara atau gelombang cahaya menjadi ide-ide, sama dengan mengartikan kode tersebut, itulah decoding, jadi pembicaraan dan penulisan disebut encoders dan pendengar dan pembaca disebut decoders. Istilah encoding-decoding ini digunakan untuk menekankan bahwa kedua aktifitas tersebut dilakukan dengan kombinasi oleh aksi dari masing-masing pihak. Untuk terjadinya komunikasi interpersonal pesan harus dikodekan dan didekodekan.

3. *Message* syarat utama

Terjadinya komunikasi interpersonal tak lain adalah terkirim dan diterimana sebuah pesan yang mengekspresikan pemikiran dan perasaan kita kepada lawan bicara kita. Biasanya hal tersebut terjadi secara verbal ataupun non-verbal, namun pada umumnya pesan terjadi melalui kombinasi keduanya. Adapun yang ada didalam diri kita memiliki potensi untuk mengirimkan pesan interpersonal, tiap pesan memiliki efek tertentu. Dalam *face to face* atau komunikasi tatap muka, pesan kita meliputi kedua jenis pesan yang ada, yakni verbal dan non verbal. Kita mengirim pesan dengan kata-kata yang diikuti dengan gerakan tubuh, variasi vokal. Kategori pada bentuk komunikasi pesan verbal dan non verbal. Berikut merupakan penjelasannya:

A). Komunikasi verbal, merupakan komunikasi dengan menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi ini paling sering digunakan oleh hubungan antar manusia. Melalui kata-kata mereka menangkap perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, ataupun maksud pesan mereka, menyampaikan fakta, perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar. Dalam komunikasi verbal itu bahasa memegang peran yang penting.

B). Komunikasi Nonverbal, merupakan komunikasi yang pesannya dikemas dengan bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam kehidupan nyata komunikasi nonverbal ternyata jauh lebih banyak dipakai daripada verbal, semua makna sosial dalam komunikasi tatap muka, diperoleh dari tanda-tanda nonverbal, dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal itu dipakai karena itu, komunikasi nonverbal bersikap tetap dan selalu ada.

Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau disampaikan karena secara spontan. Susunan suatu komunikasi nonverbal, misalnya berjabat tangan, mungkin masih mudah dimengerti. Tetapi jabat tangan itu disambung dengan raut wajah seperti cemberut, gerak mata seperti terkejut, gerakan anggota tubuh yang tegang. Kita sulit mengartikannya, karena itu komunikasi nonverbal lebih sulit daripada mempelajari komunikasi verbal. Sebab perbendaharaan kata, tata kalimat dan tata bahasa sulit dirujuk. Komunikasi nonverbal dapat berbentuk seperti gerakan tubuh, tanda, tindakan atau perbuatan dan objek

4. *Feedback*

Dalam melakukan komunikasi interpersonal, seseorang melakukan pertukaran *feedback*. *Feedback* sendiri merupakan bentuk special dari sebuah pesan. Ketika kita mengirim pesan kepada orang lain, secara otomatis kita akan mendapatkan *feedback* (umpan balik) dari pesan yang telah disampaikan, kita nerasajab grakab tubuh kita. Berdasarkan informasi yang kita terima dengan cara ini, maka hal tersebut dinamakan *self-feedback*. Mendapatkan umpan balik dari lawan bicara kita. Lawan bicara secara simultan mengirimkan pesan yang menunjukkan bagaimana cara menyandi atau merespon pesan yang telah disampaikan. Dalam komunikasi tatap muka pelaku komunikasi dapat memonitoring secara langsung umpan balik dari lawan bicaranya.

Feedback dibagi menjadi 5 elemen, yakni sebagai berikut :

a) *positive-negative*

positive-negative terjadi ketika seseorang menerima pesan yang baik, hal ini menunjukkan kepada speaker bahwa dia berada di jalan yang benar, dan sebaiknya harus terus berkomunikasi dengan cara yang sama. Sedangkan *feedback* yang negatif terjadi ketika seseorang menunjukkan kepada pembicara bahwa ada sesuatu yang salah dan sebuah perubahan dalam berkomunikasi harus segera dilakukan.

b). *immediate-delayed*

dalam suasana interpersonal, *feedback* pada umumnya sesegera mungkin dikirimkan setelah pesan diterima, respon hampir selalu berjalan secara simultan dengan pesan yang diterima. Pada situasi komunikasi lain. Bagaimanapun *feedback*

dapat juga mengalami penundaan, seperti contohnya yang terjadi pada media massa.

c). *Low monitoring-high.*

Monitoring berbagai macam bentuk *feedback* seperti yang terjadi secara spontan, benar-benar jujur hal ini dinamakan *low monitoring feedback*, sedangkan pesan balik yang disampaikan secara terstruktur untuk memenuhi keinginan publik dinamakan *high monitoring feedback*

5. *Chanel*

Chanel adalah media yang selalu dilalui pesan. *Chanel* seperti halnya jembatan yang menjembatani source dan receiver dalam pengiriman pesan, jarang sekali komunikasi hanya satu saluran, kita seingkali menggunakan dua atau tiga bahkan empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh dalam komunikasi tatap muka tidak hanya berbicara dan mendengarkan (saluran suara), tetapi kita juga menggunakan gerakan tubuh, sehingga menerima isyarat tersebut secara visual.

6. *Noise*

Noise merupakan segala macam hambatan dalam komunikasi yang menditorsikan pesan. *Noise* tersebut kemudian menghalangi penerima dalam menerima pesan. Hambatan tersebut dikatakan ada dalam sebuah sistem komunikasi, apabila membuat pesan yang disampaikan mengalami penurunan porsi dari pesan yang dikirimkan. Hambatan dalam komunikasi tidak dapat dihindarkan. Semua komunikasi mengandung hambatan, dan walaupun kita tidak dapat meniadakan

sama sekali setidaknya kita dapat menguranginya dan dampaknya (Mulyana,2005)

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka komunikasi antarpribadu merupakan komunikasi yang efektif untuk merubah perilaku komunikasi karena proses yang dialogis, komunikasi antarpribadu yang dilakukan oleh seorang pimpinan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap para bawasanya, melalui komunikasi antarpribadi pimpinan dapat memimpin para karyawannya dalam melakukan pekerjaannya dan tugasnya.

2.2.4 Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan wadah orang-orang untuk berkumpul, berserikat, dan bekerja sama secara sistematis, terencana dan terkoordinasi dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia (manusia, dana, material, teknologi, metode, dan lingkungan) untuk mencapai tujuan bersama. Secara umum organisasi di definisikan sebagai sekumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, karena suatu kelompok yang terdiri dari orang-orang yang ingin mencapai tujuan bersama. Schein (Arni Muhammad, 2002:6) dalam buku Komunikasi Organisasi menekankan bahwa

“ organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan melalui pembagian pekerjaan dan fungsi hierarki otoritas”

Dalam definisi tersebut menekankan adanya karakteristik yang melekat pada sebuah organisasi, yaitu, komunikasi dan koordinasi, pembagian pekerjaan, dan hierarki otoritas. Dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan hal yang

penting yang harus dibina sehingga anggota yang ada dapat merasakan ikatan yang harmonis, saling mendukung dan saling membutuhkan. Dengan demikian komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi dan bertujuan untuk menjaga komunikasi kerja sama antara berbagai pihak yang berkepentingan. Komunikasi organisasi pada hakikatnya merupakan komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terjadi dalam lingkungan organisasi.

Wayne Pace dan Don F. Faules (1998:31) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

Sedangkan Arni Muhammad (2002:67) mengemukakan komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan dalam sebuah organisasi dan dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.

Berdasarkan kutipan diatas maka bisa dipahami bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran pesan atau informasi yang terjadi dalam sebuah perusahaan dan dapat dipengaruhi oleh keadaan internal maupun eksternal. Dalam dinamika suatu organisasi menunjukkan adanya suatu aktivitas, tugas dan jasa pelayanan sebagai sarana berkoordinasi antara kolega dalam membentuk kesatuan sistem dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lain.

Menurut Kolher (1976) dalam buku Komunikasi Organisasi terdapat beberapa model komunikasi yang sangat tepat dipilih dalam rangka meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan organisasi yaitu komunikasi organisasi (model tata hubungan dari para pemangku kepentingan di organisasi) adalah model yang berfungsi sebagai berikut :

1. Untuk menyatukan bagian-bagian (subsistem) organisasi
2. Mempermudah proses pertukaran informasi yang berjalan secara berkesinambungan, pertukaran pendapat dan sikap yang dipakai sebagai dasar penyesuaian di antara sub-sub sistem dalam organisasi, maupun organisasi dengan mitra kerja.

Tata hubungan dalam komunikasi adalah sistem pengelolaan komunikasi yang terjadi dalam organisasi dan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kinerja dalam organisasi tersebut. Maka dengan berkomunikasi akan mengantarkan terbentuknya satu kesatuan sistem dari bagian-bagian yang saling bergantung serta tercipta pola hubungan tata kerja yang harmonis. Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi untuk mempersatukan bagian-bagian guna mencapai tujuan bersama. Dalam kegiatan sehari-hari antara pimpinan dengan anggota pada dasarnya merupakan bentuk dari komunikasi organisasi.

Dalam organisasi terdiri dari unit-unit kerja yang menunjukkan adanya hubungan-hubungan horizontal dan vertical, misalnya komunikasi antara unit produksi dengan unit pemasaran, menunjukkan bahwa meskipun saling berbicara hanyalah seorang kepala unit produksi dan seorang kepala unit pemasaran, tetapi keduanya berkomunikasi atas nama unit mereka masing-masing.

Secara sederhana, komunikasi organisasi merupakan aktivitas komunikasi dalam lingkungan organisasi. Dalam organisasi terdapat beberapa bagian pengurusan seperti anggota, pimpinan dan staff karyawan. Maka ketika memiliki informasi maka itu akan dibutuhkan oleh anggota lainnta dan diperlukan pula oleh pimpinan dalam rangka pengambilan keputusan. Dalam perencanaan dan

pelaksanaan organisasi sebaiknya mengacu kepada kepentingan organisasi, bukan untuk kepentingan pribadi. Oleh karena itu perlu adanya proses yang Panjang yang melibatkan para anggota untuk melakukan indentifikasi masalah komunikasi dikalangan anggota, dimusyawarahkan, diputuskan, dan dilaksanakan dengan melibatkan semua pemangku kepentingan di dalam organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, diharapkan dapat memperoleh manfaat bagi organisasi sebagai berikut :

1. Citra organisasi yang lebih baik
2. Respons khalayak yang lebih dinamis
3. Kemitraan yang lebih kuat
4. Arus kerja yang lebih teratur
5. Produktifitas meningkat
6. Pengambilan keputusan lebih cepat
7. Pemecahan masalah yang lebih akurat

2.2.4.1 Arus komunikasi Organisasi

Arus komunikasi adalah sautu aliran atau jaringan penyebaran informasi yang terjadi dalam organisasi. Arus komunikasi menunjukan pola pengelolaan informasi untuk secara tetap dan berkesinambungan menciptakan, menampilkan, mengirim, dan menerima, serta menafsirkan pesan atau informasi. Kamuli (2002,6) dalam buku komunikasi organisasi menyebut, bahwa arus komunikasi adalah pengaturan aliran pesan dari sautu divisi ke divisi lain di suatu organisasi dan mempunyai pengaruh langsung pada produktivitas kerja.

Agar informasi dan arus komunikasi dapat sesuai dengan kepentingan organisasi, maka harus ada sebuah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengelola. Dalam organisasi lembaga yang mengendalikan arus komunikasi ini bernama Humas Masyarakat (Humas) atau *Public Relation (PR)*.

Dalam organisasi memiliki aliran informasi dalam proses komunikasi, dapat diidentifikasi berbagai variasi pola arus komunikasi di suatu organisasi, sebagai berikut :

1. Komunikasi vertical merupakan arus komunikasi dengan melibatkan pihak-pihak yang secara hirarkis memiliki jenjang kedudukan structural yang berbeda, komunikasi vertical ini dapat menjadi dua arah arus komunikasi yaitu :
 - a. Komunikasi vertical kebawah, yaitu penyampain informasi dari atasa kepada bawahan,atau pimpinan kepada staff, atau dari pejabat kepada pejabat lain yang secara structural organisasinya berada dibawahnya
 - b. Komunikasi vertikal keatas yaitu rangkaian kegiatan penyampaian informasi dari pejabat yang mempunyai kedudukan lebih rendah kepada pejabat yang berkedudukan yang lebih tinggi, dari staf kepada pimpinan.



Gambar 2 1 Komunikasi Vertikal

2. Komunikasi horizontal merupakan arus komunikasi kesamping, atau arus komunikasi sejajar, disebut juga arus komunikasi laretal adalah proses penyampain informasi yang melibatkan pegawai atau pemimpin yang masing-masing mempunyai level hirarki jabatan yang setingkat atau sejajar.
3. Komunikasi diagonal merupakan proses penyampain dan penerimaan informasi atau arus komunikasi yang berlangsung antara pegawai pada tingkat kedudukan yang berbeda, pada tugas atau fungsi yang berbeda dan satu sama lainnya tidak mempunyai wewenang langsung.

2.2.5 Kepemimpinan

Kepemimpinan (*leadership*) adalah suatu kemampuan dari seseorang (yaitu pemimpin atau *leader*) untuk mempengaruhi orang lain (yaitu yang dipimpin atau pengikut-pengikutnya), sehingga orang lain tersebut bertingkah laku sebagaimana dikehendaki oleh pemimpin tersebut. Sebagai kedudukan dan kepemimpinan merupakan suatu kompleks dan hak-hak serta kewajiban-kewajiban yang dapat dimiliki oleh seorang atau suatu badan. Kepemimpinan meliputi segala tindakan yang dilakukan seseorang atau suatu badan, yang menyebabkan gerak dari warga masyarakat.

Kepemimpinan ada yang bersifat resmi (*formal leadership*) yaitu kepemimpinan yang tersampul di dalam suatu jabatan, dan ada pula kepemimpinan karena pengakuan dari masyarakat akan kemampuan seorang untuk menjalankan kepemimpinan. Hal yang bebrbeda dengan kepemimpinan tidak resmi (*informal leadership*) adalah bahwa berada di atas landasan-landasan atau peraturan-peraturan resmi, sehingga dengan demikian daya cakupnya yang terbatas. Kepemimpinan tidak resmi didasarkan kepada pengakuan dan kepercayaan masyarakat. Ukuran benar tidak nya kepemimpinan tidak resmi terletak kepada tujuan dan hasil pelaksanaan kepemimpinan tersebut yang dianggap menguntungkan dan merugikan masyarakat.

Menurut H. Goidhamer dan E.A. Shils dalam buku Psikologi sosial mengatakan bahwa Kepemimpinan adalah tindakan perilaku yang dapat mempengaruhi tingkah laku orang-orang lainyang dipimpinnya .

Kepemimpinan ditandai oleh ciri kepribadian dimana di dalam suatu situasi yang khusus mengambil peranan penting dalam usaha mencapai tujuan kelompok bersama-sama dengan anggota lainnya. Dari beberapa rumusan yang berbeda-beda bahwa dalam setiap masalah kepemimpinan akan selalu terdapat tiga unsur yaitu :

1. Unsur manusia yaitu manusia sebagai pemimpin ataupun sebagai mereka yang dipimpin . bagaimana hubungan antara mereka itu didalam situasi kepemimpinan, bagaimana sifat seorang pemimpin dan syarat-syarat kepemimpinan itu tanpa melupakan bagaimana seharusnya memperlakukan manusia itu sebagai manusia.
2. Unsur sarana, yaitu segala macam prinsip dan teknik kepemimpinan yang dipakai dalam pelaksanaannya. Termasuk bekal pengetahuan dan pengalaman yang menyangkut masalah manusia itu sendiri dan kelompok manusia.
3. Unsur tujuan, yaitu sasaran akhir kearah mana kelompok manusia akan digerakan untuk menuju maksud tujuan tertentu. Ketiga unsur tersebut dalam pelaksanaannya selalu ada dan terjalin erat satu sama lain (Wiyono Hadikusumo, 1973).

2.2.5.1 Faktor Yang Menentukan Untuk Menjadi Pemimpin

Ada beberapa faktor yang menjadikan seseorang menjadi pemimpin. Masing-masing saling berbeda tergantung pada karakteristik dari kelompok yang dipimpinnya. Tujuan kelompok itu sendiri yang mempunyai andil yang besar

terhadap “pemimpin seperti apa” yang tepat untuk mencapai tujuan kelompok tersebut. Namun demikian pada pedoman sifatnya umum yang dapat dipakai untuk menentukan faktor-faktor untuk menjadi seorang pimpinan.

William Foote Whyte menyebutkan ada empat faktor yang menentukan seorang menjadi pemimpin, yaitu sebagai berikut :

1. *Operational leadership* yaitu, orang yang paling inisiatif, dapat menarik dan dinamis, menunjukkan pengabdian yang tulus, serta menunjukkan prestasi kerja yang baik dalam kelompoknya.
2. *Popularity* yaitu, orang yang banyak dikenal mempunyai kesempatan yang lebih banyak untuk menjadi pemimpin.
3. *The assumed representative* yaitu orang yang dapat mewakili kelompoknya mempunyai kesempatan besar untuk menjadi pemimpin.
4. *The prominent talent* yaitu, seseorang yang memiliki bakat kecakapan yang menonjol dalam kelompoknya mempunyai kesempatan untuk menjadi pimpinan.

2.2.5.2 Tipe Pemimpin

Dari banyak literatur dalam dan luar negeri yang diperoleh ada banyak tipe pemimpin. Ada yang harus dipahami oleh para pemimpin bahwa pemimpin yang baik adalah pemimpin yang mengerti dengan benar dimana ia meletakkan setiap tipe kepemimpinan tersebut sesuai dengan tempatnya, dan mengerti bagaimana harus bersikap. Mengenai penjelasan setiap tipe pemimpin Buchari Alma menjelaskan sebagai berikut :

1. Pemimpin kharismatik merupakan kekuatan energy, daya Tarik yang luar biasa yang akan diikuti oleh para pengikutnya.
2. Tipe peternalistis yaitu bersikap melindungi bawahan sebagai seorang bapak atau sebagai orang ibu yang penuh dengan kasih sayang
3. Tipe militeristis yaitu banyak menggunakan sistem perintah, sistem komando dari atasan kebawah sifatnya keras sangat otoriter, menghendaki bawahan agar selalu patuh, penuh acara formalitas.
4. Tipe otokrasi yaitu, berdasarkan pada kekuasaan dan paksaan yang mutlak harus dipatuhi.
5. Tipe *laissez faire* yaitu membiarkan bawahan berbuat semauanya sendiri semua pekerjaan dan tanggung jawab dilakukan oleh bawahan.
6. Tipe populistis yaitu, mampu menjadi pemimpin rakyat, dia berpegang pada nilai-nilai masyarakat tradisional.
7. Tipe *administarive* yaitu, pemimpin yang mampu menyelenggarakan tugas-tugas administrasi secara efektif
8. Tipe demokratis yaitu, pemimpin yang berorientasi pada manusia dan memberikan bimbingan kepada pengikutnya.

2.2.5.3 Ciri-ciri Pemimpin

Untuk mewujudkan seorang menjadi pemimpin yang ideal dibutuhkan syarat-syarat yang tergambarakan dalam bentuk ciri-ciri yang termiliki. Adapaun ciri-ciri untuk menjadi seseorang menjadi pemimpin yaitu sebagai berikut :

- A. Memiliki kompetensi yang sesuai dengan zamannya. Maksudnya kompetensi yang dimiliki sangat berguna untuk diterapkan pada saat itu, dan kompetensi tersebut diakui oleh banyak pihak serta pakar khususnya.
- B. Memahami setiap permasalahan secara lebih dalam dibandingkan dengan orang lain, serta mampu memberikan keputusan terhadap permasalahan tersebut.
- C. Mampu menerapkan *the right man and the right place* secara tepat dan baik. *The right man and the right place* adalah menempatkan orang sesuai dengan tempatnya dan kemampuan atau kompetensi yang dimilikinya.

Untuk memahami lebih dalam tentang ciri-ciri pemimpin maka bisa dilihat dari apa yang dikemukakan oleh George R. Terry. George R Terry mengemukakan delapan ciri dari pemimpin yaitu sebagai berikut :

1. Energi yaitu, mempunyai kekuatan mental dan fisik
2. stabilitas emosi yaitu, seorang pemimpin tidak boleh berprasangka buruk terhadap bawahannya, ia tidak boleh cepat marah dan percaya pada diri sendiri harus cukup besar.
3. *Huma relationship* yaitu mempunyai pengetahuan tentang hubungan manusia.
4. *Personal motivation* yaitu, keinginan untuk menjadi pemimpin harus besar dan dapat memotivasi diri sendiri
5. *Communication skill*, yaitu mempunyai kecakapan untuk berkomunikasi
6. *Teaching skill* yaitu, mempunyai kecakapan untuk mengajarkan, menjelaskan dan mengembangkan bawahannya.

7. *Social skill* yaitu, mempunyai keahlian di bidang sosial, agar terjamin kepercayaan dan kesetiaan bawahannya. Ia harus suka menolong, senang jika bawahannya mempunyai kemajuan, peramah serta luwes dalam pergaulan.
8. *Technical competent* yaitu, mempunyai kecakapan menganalisis, merencanakan, mengorganisasi, mendelegasikan wewenang, mengambil keputusan dan mampu menyusun konsep.

2.2.5.4 Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kualitas Kerja

Dalam suatu organisasi fungsi dan peran pemimpin dalam mendorong pembentukan organisasi diharapkan menjadi dominan. Pada era globalisasi kepemimpinan yang dibutuhkan adalah yang memiliki nilai kompetensi yang tinggi dan kompetensi itu bisa diperoleh jika pemimpin tersebut telah memiliki *experience* (pengalaman) dan *science* (ilmu pengetahuan) yang maksimal.

Secara sederhana pada saat seseorang duduk pada suatu posisi selama 3-4 tahun bahkan kurang ia telah menguasai pekerjaan tersebut dengan baik, dengan kondisi seperti itu kebutuhan pekerjaan yang menantang tidak bisa dikesampingkan. Karena baginya kondisi dan situasi pekerjaan tersebut jika terlalu lama maka akan menjadi membosankan. Untuk itu rotasi pekerjaan dibutuhkan. Namun permasalahan yang muncul dari segi persaingan di tempat kerja terutama untuk posisi penting sering kali menjadi incaran banyak pihak, sehingga kadang kala sering terjadi tindakan yang bersifat menjegal dan

menikung dari belakang, termasuk usaha-usaha untuk menahan laju prestasi para bawahan



Gambar 2 2 Siklus Kopetensi pemimpin

Untuk persaingan antara pemimpin dan karyawan yang berpotensi, Adrias Harefa Mengatakan dalam buku Perilaku Organisasi

“ Namun bagi saya pertumbuhan dan perkembangan orang-orang yang berpotensi menjadi pemimpin bisnis justru menjadi tantangan untuk menyalurkan mereka supaya merai peluang-peluang baru dan mendirikan unit-unit bisnis yang baru, sehingga saluran pipa kepemimpinan (*leadership*

pipeline) ini terus menerus memproduksi pemimpin yang menyosongkan peluang baru”

Karyawan merupakan salah satu bentuk asset internal yang paling berharga oleh perusahaan. Maka dengan kebijakan dan usaha kuat untuk selalu menjaga dan mempertahankan karyawan maka diharapkan akan mampu menghindari faktor-faktor yang mengakibatkan yang mengakibatkan tidak tercapainya tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh Moeller & Witt bahwa “ faktor-faktor yang mengakibatkan tidak tercapainya tujuan organisasi antara lain : *Management Overrides or collusion, internal control cost versus benefit*; (Moeller&Witt,1999)

Dari pendapat diatas maka dapat dipahami bahwa seorang pemimpin memiliki pengaruh besar dalam mendorong peningkatan kinerja para karyawan di suatu organisasi. Peningkatan kualitas kerja karyawan memiliki pengaruh pada penciptaan kualitas kerja sesuai dengan pengharapan. Seorang pemimpin harus mengarahkan bawahannya untuk memiliki kopetensi dalam bekerja.karena kopetensi karyawan tersebut yang akan mendorong peningkatan kualitas keinerja keuangan perusahaan.

Setiap pemimpin bukan hanya dituntut untuk mampu bekerja secara maksimal namun juga mengerti dimana permasalahan yang dimiliki oleh setiap karyawan selama ini. Termasuk permasalahan dalam mengembangkan bakat yang dimiliki oleh seorang karyawan. Memahami bakat dan keahlian dengan kesesuaiannya, adalah menempatkan karyawan tersebut sesuai dengan tempatnya atau diterapkannya konsep “*the right man and the right place*”.

2.2.6 Pengertian Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan dalam suatu perusahaan. Aktivitas perusahaan tidak dapat berjalan apabila tanpa adanya keikutsertaan karyawan. Salah satu yang dilakukan karyawan dalam melakukan pekerjaannya yaitu dengan berkomunikasi. Karyawan di perusahaan bertanggung jawab dalam menjelaskan tindakan perusahaan kepada publik yang memiliki kepentingan dengan organisasi atau perusahaan tersebut. Karyawan memiliki tugas berkaitan dengan publiknya harus memberikan perhatian serta menjadi saluran arus timbal balik antara organisasi dan khalayak, karena khalayak yang berkepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan perusahaan. Khalayak dapat dibagi menjadi khalayak internal, yaitu mereka yang terlibat dalam pekerjaan internal organisasi yaitu karyawan itu sendiri dan keluarganya serta khalayak eksternal, yaitu mereka yang berada di luar organisasi seperti masyarakat sekitar, konsumen, pemerhati lingkungan dan investor. Saat ini, setiap pesan yang disampaikan tidak bisa dilakukan dengan cara pukul rata ke semua orang. Setiap organisasi memiliki khalayaknya masing-masing. Kepada khalayak yang terbatas inilah karyawan perusahaan senantiasa menjalin komunikasi baik internal maupun eksternal.

2.2.6.1 Fungsi dan peranan karyawan

Karyawan dalam perusahaan memiliki fungsi dan peranan yang harus dilakukan, seperti :

1. Melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan arahan perintah yang diberikan

2. Menjaga ketertiban dan keamanan di lingkungan perusahaan demi kelangsungan perusahaan.
3. Bertanggung jawab pada hasil produksi.
4. Menciptakan ketenangan kerja di perusahaan.

Sebagai karyawan perusahaan harus memiliki kemampuan tinggi dan pengalaman dapat menjaga tanggung jawabnya, terutama yang berhubungan dengan publiknya. Salah satu tugasnya yaitu memberikan solusi antara dokter dengan pasiennya, sehingga manajemen akan bertindak pasif dalam menerima atau mempercayai apa yang disarankan oleh karyawan yang telah memiliki pengalaman dan keterampilan tinggi dalam memecahkan serta mengatasi permasalahan yang dihadapi organisasi tersebut.

2..2.6.2 Kerwajiban Karyawan

Dalam perusahaan karyawan memiliki kewajiban yang harus dilakukan, seperti :

1. Melaksanakan pekerjaan dengan baik, seorang karyawan dituntut untuk memiliki dedikasi dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepadanya. Karyawan harus mengesampingkan masalah pribadinya dan harus melaksanakan pekerjaan dengan baik karena merupakan kewajiban yang akhirnya dapat menghasilkan hasil produksi yang optimal.

2. kepatuhan pada peraturan perusahaan, setiap perusahaan ada suatu aturan yang mengatur tentang kewajiban dan masing-masing pihak. Dengan adanya kewajiban itu harus dipatuhi dan ditaati agar tidak timbul masalah dalam perusahaan.

3. Menciptakan ketenangan kerja, salah satu indikator keberhasilan bahwa internal perusahaan terjalin dengan harmonis adalah mewujudkan ketenangan kerja di suatu lingkungan perusahaan.

Dari tiga kewajiba seorang karyawan diatas, diharapkan karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan baik agar tercapainya tujuan dan mendapatkan hasil yang optimal.

2.2.7 Kerangka Teoritis

Para ahli intteraksi simbolik seperti Geoge Herbert Mead (1863-1931) dan Charles H. Cooley (1845-1929) memusatkan perhatiannya terhadap interaksi antara individu dan kelompok. Mereka menemukan bahwa setiaporang berinteraksi terutama dengan simnbol-simbol yang mencangkup tanda atau isyarat serta yang paling penting yaitu melalui kata-kata secara tertulis maupun tidak tertulis.

Inti dari teori interaksi simbolik terangkum dalam buku Geoge Herbert Mead dengan judul *mind ,self dan society* (1934). Ia menjelaskan tentang peran pikiran (*mind*), pikiran manusia dapat mengartikan dan menfsirkan sebuah kejadian dan benda-benda, serta asal muasal dan meramalkan tentang mereka, seolah-olah mereka mengenalnya dari penampilannya. Ia menerobosi diri hingga

membuat hidupnya menjadi sebuah objek pengenalannya yang disebut “aku” atau “diri” (*self*) dikenal dengan mempunyai ciri-ciri dan status tertentu.

Mind dan *self* pada dasarnya dari *society* atau proses-proses interaksi. Cara manusia mengartikan dunia (*mind*) dan diri sendiri (*self*) berhubungan berat dengan masyarakat (*society*). Ada kesatuan antara berfikir dan tindakan, pikiran dan kedirian menjadi bagian dari perilaku manusia, yaitu bagian interaksi dengan orang lain. Interaksi itu mengenalkan dunia dan dia sendiri.

1. Pikiran (*mind*)

Merupakan proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, pikiran merupakan fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran, dalam konteks ini pikiran yang dimaksud secara fungsional daripada secara substantif.

2. Diri (*self*)

Diri merupakan kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri merupakan kemampuan khusus untuk menjadi objek sekaligus menjadi subjek. Menurut Mead mustahil diri muncul tanpa adanya pengalaman sosial, tetapi setelah diri berkembang ada kemungkinan mengembangkan diri tanpa adanya kontak sosial

Pengertian ini bukan berarti bagaimana kita melihat diri sendiri seperti ketika sedang bercermin, melainkan kita melihat diri sendiri dari prespektif atau pandangan orang lain, bagaiman orang melihat kepada kita.

3. Society (masyarakat)

Menurut Selo Soemardjan masyarakat merupakan orang-orang yang hidup bersama, menghasilkan kebudayaan. Sedangkan menurut Soekanto (1990:26-27) dalam masyarakat ada unsur-unsur yang melekat yaitu manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan, dan mereka merupakan suatu sistem bersama.

Menurut Mulyana (2010;71-72 dan 2012;114) premis-premis interaksionisme simbolik dapat diringkas sebagai berikut:

1. Individu merespon suatu situasi simbolik. Setiap orang merespon objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang ada dilingkungannya, namun individual yang dipandang aktif menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui bahasa. Negosiasi memungkinkan karena manusia mampu memaknai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik saja tetapi tindakan dan peristiwa.
3. Makna diinterpretasikan individu dapat berubah-ubah seiring berjalannya waktu, sejalan dengan perubahan pada situasi yang ditemukan pada interaksi sosial. Perubahan pada interpretasi kemungkinan karena individu melakukan dengan interaksi dengan diri sendiri. dalam hal ini individu mengantisipasi adanya reaksi dari orang lain dengan mencari jalan lain dengan ucapan atau tindakan yang ia lakukan.

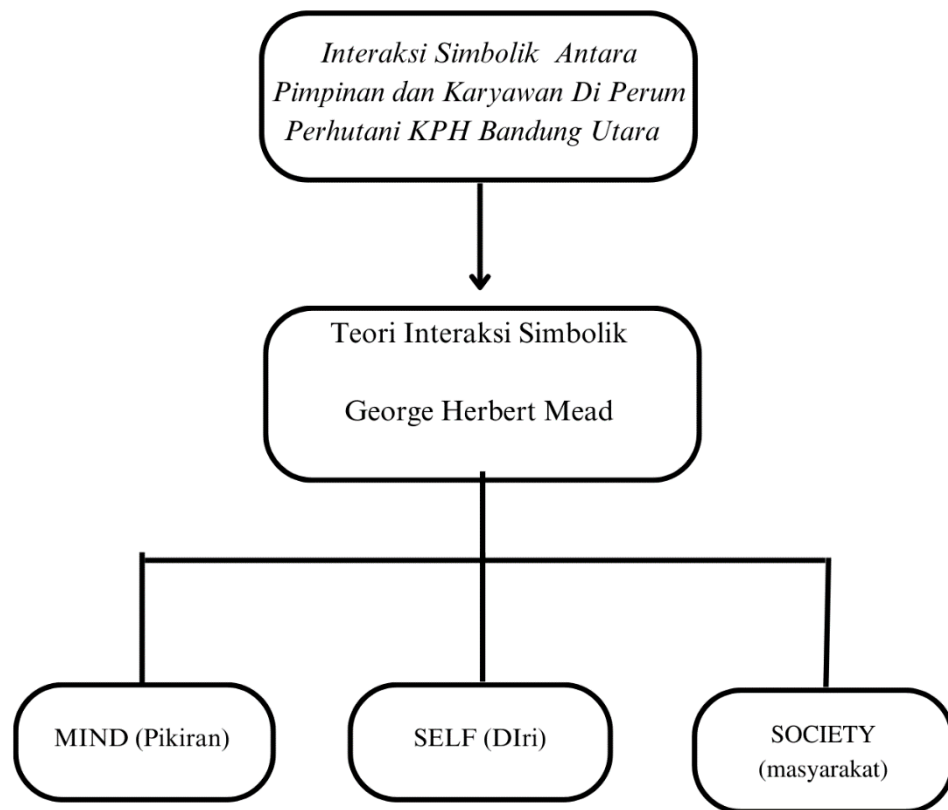
Menurut Herbert Blumer (1969:5) *symbolic interactionism sees meanings as social product, as creation that are formed in and through the defining activities of people as they interact*. Bahwa makna dibentuk sebagai produk sosial dan merupakan ciptaan atau bentukan dari aktivitas interaksi yang terjadi.

2.2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah landasan teori sebagai jalan untuk memecahkan masalah yang diangkat sebagai topik penelitian. Kerangka pemikiran yang peneliti gunakan merupakan sebuah teori atau pendapat dari para ahli yang kebenarannya tidak diragukan lagi.

Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan oleh seseorang kepada orang lain dalam jumlah kelompok kecil dengan dampak dan umpan balik seketika,

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori Interaksi Simbolik, teori ini menekankan kepada hubungan antara symbol yang sudah dimaknai oleh manusia yang didasarkan kepada keputusan bersama dalam suatu ruang lingkup. Teori simbolik ini hadir karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang asalnya dari pemikiran manusia (*mind*), mengenai diri (*self*) dan hubungan ditengah interaksi sosial yang mempunyai tujuan untuk memediasi dan meninterpretasikan suatu makna di suatu masyarakat (*society*) yang dimana orang tersebut berdiam dan menetap.



Gambar 2 3 Kerangka Pemikiran