

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian merupakan salah satu referensi yang diambil peneliti. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mencoba mencari referensi dari skripsi, jurnal, buku maupun website resmi yang ditemukan. Penulis juga menggunakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian sebagai referensi. Dimana penelitian tersebut memiliki korelasi terhadap permasalahan dalam penelitian ini.

1. Jurnal “Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian”

Penelitian ini dilakukan oleh Risky Anis Safitri, Baby Taszya Risaldi, Malinda Oktaviani mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi STIKOM The London School of Public Relations. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2019 dengan menggunakan metode eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan jenis angket tertutup. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja pegawai biro Humas Kementerian Perindustrian dan seberapa besar pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian.

Berdasarkan hasil penelitian penelitian ini menggunakan metode eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan jenis angket tertutup sesuai dengan populasi dan sampel yang ditentukan. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja pegawai. pada biro humas kementerian perindustrian mereka jarang melakukan rapat rutin dalam membicarakan pekerjaan di masa mendatang hal itu terlihat pada pernyataan karyawan biasanya melakukan rapat lebih dari tiga kali dalam satu bulan untuk membicarakan pekerjaan yang saat ini dikerjakan maupun yang akan datang terlihat bahwa responden sebesar 3,5% menjawab sangat tidak setuju, 7% menjawab tidak setuju, 31,6% menjawab ragu-ragu.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada topik penelitian yang membahas mengenai komunikasi internal dari bawahan ke atasan maupun dari atasan ke bawahan.

Perbedaannya terletak pada topik dan objek,. Peneliti terdahulu membahas komunikasi internal organisasi, sedangkan saya membahas komunikasi internal dari atasan ke bawahan lalu ke bawahan ke atasan (komunikasi vertikal) dan komunikasi horizontal yang mempengaruhi motivasi kerja pegawai. Selain itu, objek penelitian terdahulu dilakukan di Biro Humas Kementerian Perindustrian sedangkan penelitian saya di diskominfo Kota Bandung.

2. Jurnal **“Pengaruh Komunikasi Internal dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Taman Kanak-Kanak dan Pendidikan Luar Biasa (P4TK TK dan PLB) Dimasa Pandemi COVID-19”**

Penelitian ini dilakukan oleh Wala Erpurini dan Yus Yusril Azwardi Asikin mahasiswa Manajemen, Universitas Nasional Pasim. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2022 dengan menggunakan metode *judgement sampling* dan menggunakan kuisioner untuk melakukan pengambilan data dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian, menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif. Data yang diperoleh pada hasil distribusi kuesioner kepada karyawan melalui pertanyaan. Penelitian ini memfokuskan permasalahan pada penyebab yang didapat mempengaruhi kinerja karyawan P4TK TK dan PLB dimasa pandemic covid-19. Setelah data terkumpul data akan diuji melalui program statistic yaitu program SPSS 18. Dengan aplikasi SPSS data yang telah diperoleh tersebut akan di uji untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan antar variable bebas dan variable terikat.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada topik penelitian yang membahas mengenai komunikasi internal. Perbedaannya terletak pada di variable, pada penelitian ini variabel bebas nya menggunakan 2 variabel, sedangkan saya menggunakan 1 variabel. Lalu di

variable terikat pada penelitian ini adalah kinerja karyawan, sedangkan pada penelitian saya motivasi kerja.

3. Jurnal “ **Pengaruh Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Buleleng** ”

Penelitian ini dilakukan oleh Bayu Dipayana dan Krisna Heryanda Mahasiswa Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif penelitian ini diselesaikan pada tahun 2020.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal memiliki yang signifikan terhadap kepuasan kerja melalui budaya organisasi, komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja yang berarti semakin baik komunikasi antar pegawai dengan pegawai maupun dengan atasan, maka kepuasan kerja para pegawai akan mengalami peningkatan yang signifikan. Selain itu juga budaya organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Hasil ini berarti bahwa semakin baik dan positif budaya kerja yang ada dalam organisasi maka akan semakin puas para pegawai yang ada di dalam organisasi tersebut.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terletak di Variabel X yang sama-sama meneliti komunikasi internal. Lalu persamaan selanjutnya, peneliti ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada di Variabel X, yang dimana pada penelitian terdahulu terdapat 2 Variabel X yaitu X2 Budaya Organisasi sedangkan pada penelitian saya tidak membahas Budaya Organisasi dan di Variabel Y penelitian terdahulu adalah Kepuasan Kerja, sedangkan penelitian saya Variabel Y adalah Motivasi Kerja. Selain itu, objek penelitian terdahulu dilakukan di Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Buleleng sedangkan penelitian saya di diskominfo Kota Bandung.

4. Jurnal “ **Pengaruh Komunikasi Internal dan Etika Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Disiplin Kerja Pada PT. Hyper Mega Shipping Jakarta** ”

Penelitian ini dilakukan oleh Galih Bayu Aji dan Catarina Cori Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif kasual penelitian ini diselesaikan pada tahun 2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menemukan 5 hipotesis yakni variabel komunikasi internal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan, variabel etika kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, moderasi disiplin kerja pada komunikasi internal terhadap kinerja karyawan berpengaruh negatif dan

tidak signifikan, selain itu moderasi disiplin kerja pada etika kerja terhadap kinerja karyawan berpengaruh positif dan tidaksignifikan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada topik penelitian yang sama sama membahas komunikasi internal. Adapun perbedaannya terletak pada variabel dan objek yang dimana pada penelitian saya Variabel X komunikasi Internal sedangkan penelitian terdahulu terdapat 2 Variabel X dan Variabel Y penelitin terdahulu berbeda dengan Variabel Y saya yang dimana Variabel Y sama Motivasi Kerja sedangkan Variabel Y penelitian terdahulu adalah Kinerja Karyawan. Selain itu objek penelitian terdahulu di PT. Hyper Mega Shipping Jakarta, sedangkan objek penelitian saya di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

5. **Jurnal “ Pengaruh Komunikasi Internal, Kepuasan Kerja, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru”**

Penelitian ini dilakukan oleh Eri Khoiriyah, Ismiyati Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Indonesia. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2022, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas populasi dan data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis penngaruh komunikasi internal, kepuasan kerja, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja guru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan komunikasi internal, kepuasan kerja, motivasi, dan lingkungan kerja berpengaruh

terhadap kinerja sebesar 56,6%, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi internal, kepuasan kerja, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja guru SMK Negeri 2 Temanggung. Komunikasi internal berpengaruh terhadap kinerja sebesar 12,46%, kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja sebesar 1%, motivasi berpengaruh terhadap kinerja sebesar 16,32%, dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja sebesar 12,67%.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada topik penelitian yang sama sama membahas komunikasi internal. Lalu perbedaannya terletak pada variabel, pada penelitian saya Variabel X ada 1 tetapi pada penelitian terdahulu memiliki Variabel X ada 4 dan Variabel Y beda dengan penelitian saya.

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti klasifikasikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Risky, Baby, Malinda	Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro	Kuantitatif	Persamaan: Membahas mengenai komunikasi internal dari bawahan ke atasan

		Humas Kementerian Perindustrian		maupun dari atasan ke bawah Perbedaan: Topik dan Objek
2	Wala Erpurini dan Yus Yusril Azwardi Asikin	Pengaruh Komunikasi Internal dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Taman Kanak-Kanak dan Pendidikan Luar Biasa (P4TK TK dan PLB) Dimasa Pandemi COVID-19	Kuantitatif	Persamaan: Topik yang membahas komunikasi internal. Perbedaan: terletak pada di variable, pada penelitian ini variabel bebas nya menggunakan 2 variabel, sedangkan saya menggunakan 1 variabel. Lalu di variable terikat pada penelitian ini adalah kinerja karyawan, sedangkan pada penelitian saya motivasi kerja.
3	Bayu Dipayana	Pengaruh Komunikasi Internal dan Budaya	Kuantitatif	Persamaan :

	Dan Krisna Heryanda	Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Buleleng		terletak di Variabel X yang sama-sama meneliti komunikasi internal. Lalu persamaan selanjutnya, peneliti ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan : Variabel dan Objek
4	Galih Bayu Aji dan Catarina Cori	Pengaruh Komunikasi Internal dan Etika Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Disiplin Kerja Pada PT. Hyper Mega Shipping Jakarta	Kuantitatif	Persamaan : Membahas topik penelitian yang sama sama membahas komunikasi internal. Perbedaan : Variabel dan Onjek
5	Eri Khoiriyah dan Ismiyati	Pengaruh Komunikasi Internal, Kepuasan Kerja, Motivasi dan Lingkungan Kerja	Kuantitatif	Persamaan : terdapat pada topik penelitian yang sama sama membahas komunikasi internal.

		Terhadap Kinerja Guru		Perbedaan : Terdapat dari variabel
--	--	--------------------------	--	--

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

2.1.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner. Disebut demikian, karena pendekatan-pendekatan yang dipergunakan berasal dari dan menyangkut berbagai bidang keilmuan (disiplin) lainnya, seperti linguistik, sosiologi, psikologi, antropologi, politik, dan ekonomi.

Istilah komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu communication yang berasal dari Bahasa Latin communicatio dan bersumber dari kata communis yang berarti sama, yaitu sama makna. Kesamaan makna ini mengandung pengertian bahwa antara komunikator dan komunikan memiliki persepsi yang sama tentang apa yang sedang dikomunikasikan atau dibicarakan. Pihak komunikator dan komunikan memiliki sifat komunikatif. Sedangkan sifat komunikatif didapatkan jika kedua belah pihak mempunyai sifat empati.

Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan symbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi,

meyakinkan ucapan dan tulisan. Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (message) dari pengirim (sender) ke penerima (receiver), melalui suatu medium (channel) yang biasa mengalami gangguan (noise). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan.

Menurut **Hoyland (1953)**. “Komunikasi proses seseorang mampu bertindak sebagai komunikator untuk mengirimkan stimuli maupun respon dengan verbal, sehingga dapat mempengaruhi kepribadian atau sikap seseorang yang bertindak sebagai komunikan.”

Menurut **Dedy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**. Pengertian komunikasi adalah

“Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksud disini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing disebut *human communication*, yang sering kali pula disebut komunikasi sosial atau *social communication*. (2007:46)”

Menurut **Hovland, Janis dan Kelley** dalam buku yang berjudul **Komunikasi Organisasi**. Pengertian Komunikasi adalah

“Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of the individuals*”. Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.”

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung, melalui media. Pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok atau organisasi. Begitu juga halnya dengan si penerima pesan dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi, atau organisasi secara keseluruhan. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain.

2.1.2.1.2. Komponen Komunikasi

Dalam proses komunikasi, diperlukan adanya komponen-komponen komunikasi yang menjadi unsur-unsur utama untuk dapat terjadinya suatu proses komunikasi tersebut. **Arni Muhammad** dalam bukunya **Komunikasi Organisasi** mengenai komponen-komponen komunikasi menyebutkan beberapa hal, yaitu:

1. Pengirim Pesan

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan atri tersebut ke dalam satu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

2. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, ekspresi muka dan nada suara.

3. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Channel yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda beda. Misalnya bila dua orang berbicara tatap muka gelombang suara dan cahaya di udara berfungsi sebagai saluran. Tetapi jika pembicaraan itu melalui surat yang dikirimkan, maka gelombang cahaya sebagai saluran yang memungkinkan kita dapat melihat huruf pada surat tersebut. Kita dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar, tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Disamping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap dan peraba.

4. Penerima Pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Balikan

Balikan adalah respon terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim akan dapat mengetahui apakah yang dimaksud oleh seorang pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan oleh si penerima berarti komunikasi tersebut efektif. Seringkali respons yang diberikan tidak seperti yang diharapkan si pengirim pesan kurang tepat dalam menginterpretasikan pesan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor dalam diri si penerima yang mempengaruhi dalam pemberian arti pesan.

Dalam proses komunikasi tersebut, tugas seorang komunikator adalah mengupayakan agar pesan-pesan yang dapat diterima baik dan jelas kepada komunikan. Model proses komunikasi secara umum dapat memberikan gambaran umum dapat memberikan gambaran kepada pengelola organisasi, bagaimana mempengaruhi atau mengubah sikap anggota atau stakeholdernya melalui implementasi komunikasi.

Suatu pesan sebelum dikirim, terlebih dahulu di sandikan (*encoding*) ke dalam symbol-simbol yang dapat menggunakan pesan yang sesungguhnya ingin disampaikan oleh pengirim. Apapun simbol yang dipergunakan, tujuan utama dari pengirim adalah menyediakan pesan dengan suatu cara yang dapat memaksimalkan kemungkinan dimana penerima dalam suatu cara yang tepat. Pesan dari komunikator akan di kirimkan kepada penerima melalui simbol-simbol, selanjutnya akan ditransformasikan kembali (*decoding*) menjadi bahasa

yang dimengerti sesuai dengan pikiran penerima sehingga menjadi pesan yang diharapkan penerima.

Adanya umpan balik (*feedback*) menunjukkan bahwa proses komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok dapat berfungsi sebagai pengirim sekaligus penerima dan masing-masing saling berinteraksi. Interaksi memungkinkan dapat memantau seberapa baik pesan-pesan yang dikirimkan dapat diterima atau apakah pesan yang disampaikan telah ditafsirkan secara benar sesuai yang diinginkan.

2.1.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Memiliki sifat yang luas, komunikasi dapat memberikan fungsinya yang luas juga. Dalam kehidupan, manusia dihayatikan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan satu sama lainnya untuk menunjang hal tersebut maka manusia harus dapat berkomunikasi baik dengan verbal maupun nonverbal.

Fungsi komunikasi menurut Effendy didalam buku karangannya berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa:

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunika. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditujukan dalam bentuk berita dengan gambar atau artikel.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

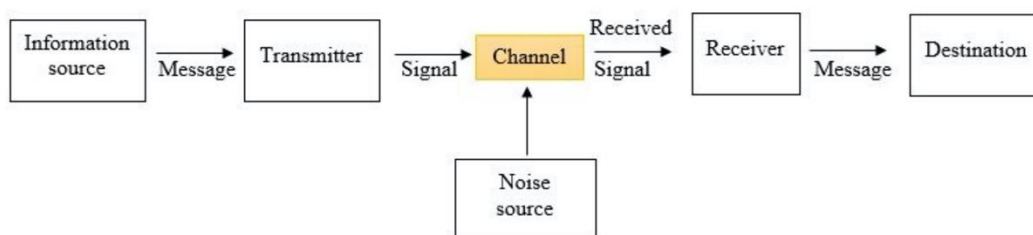
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikasi melalui isi pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan *persuasive* mengajak yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikasi dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa adanya paksaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa fungsi dasar komunikasi adalah untuk dapat berhubungan antara individu tau kelompok. Pada saat proses komunikasi terjadi diharapkan fungsi komunikasi pun berjalan dengan baik untuk dapat memberikan efek, pengaruh dan Tindakan kepada komunikan atau penerima pesan.

2.1.2.1.4. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain lain yang muncul dan berasal dari dalam benaknya. Proses komunikasi adalah penyaluran pesan pada komunikan sampai sasaran yang dikehendaki. Banyak model-model komunikasi yang digunakan dalam praktek komunikasi pada saat ini. Sekian banyak model komunikasi namun hanya beberapa yang sesuai dengan proses komunikasi melalui event. Adapun model Shannon dan Weaver yang digunakan dalam penjabaran teori ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi suatu sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam

percakapan, sumber informasi adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata terucap), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*) yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi yang sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi pesan dari sinyal. Tujuan (*destination*) adalah (otak) orang yang menjadi tujuan tersebut.

2.1.2.2. Komunikasi Organisasi

2.1.2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Seiring perkembangan jaman dan ilmu pengetahuan kehidupan dan perilaku berorganisasi kemudian dijadikan sebagai suatu studi tersendiri. Dari sekian banyaknya ilmuwan organisasi berikut ini di kutip kan beberapa pendapat pengertian organisasi dari beberapa ahlinya. Menurut **DR. Sondang P. Siagian** mengemukakan bahwa organisasi adalah

“ Setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan, dalam ikatan mana terdapat seseorang/beberapa orang yang telah ditentukan, dalam ikatan mana terdapat seseorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang sekelompok orang yang disebut bawahan.”

Selanjutnya menurut **Prof. Dr Prajudi Atmosudirjdo** mengemukakan bawa organisasi adalah

“Struktur tata hubungan kerja antara sekelompok mencapai suatu tujuan bersama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai suatu tujuan bersama tertentu.”

Dengan demikian dapat diartikan bahwa organisasi adalah sebagai suatu himpunan/kumpulan dua orang atau lebih manusia yang terikat dalam suatu system dan melakukan Kerjasama yang terstruktur dalam usaha mencapai tujuan bersama.

Organisasi pada initnya adalah sistem pembagian kerja melalui hierarki dalam mencapai tujuan bersama. Organisasi menetapkan peran (*role*) kepada setiap orang yang menjadi anggotanya, peran-peran itu kemudian dioperasionalisasikan ke dalam tugas (*task*) dan fungsi(*function*). Operasionalisasi tugas dan fungsi yang beranekaragam dan bertingkat-tingkat tersebut disesuaikan dengan jabatan yang bersifat struktural dan fungsional, sekaligus menunjukkan tinggi-rendahnya kedudukan serta besar-kecilnya kewenangan. Semua peran tersebut tidak dapat dilaksanakan sendiri tetapi harus bersama-sama dengan orang lain yang mempunyai kedudukan dan kewenangan yang lebih tinggi, setingkat maupun yang lebih rendah. Proses kerja sama itu memerlukan hubungan dengan orang lain melalui mekanisme yang disebut komunikasi, dan karena konteksnya dalam organisasi, disebut komunikasi organisasi.

Secara sederhana, komunikasi organisasi dipahami sebagai jaringan kerja yang dirancang dalam suatu sistem dan proses untuk mengalihkan informasi dari seseorang/sekelompok orang kepada seseorang/sekelompok orang demi tercapainya tujuan organisasi. Jaringan komunikasi organisasi

merupakan pola hubungan antarmanusia yang bersifat formal. Keformalan itu meliputi adanya jaminan formalitas dalam unsur-unsur komunikasi dan proses kerja unsur-unsur tersebut.

2.1.2.2.2. Fungsi-Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Barnard (dalam Hardjana, 2016:138) seperti telah dikutip di atas, komunikasi mempunyai dua fungsi dalam kegiatan-kegiatan organisasi, yaitu (1) memotivasi atau memelihara semangat untuk menyumbangkan energi kepada organisasi dan (2) untuk memelihara konsistensi tujuan agar arah kegiatan organisasi tidak menyimpang. Artinya, dalam pencapaian tujuan organisasi dibutuhkan dua jenis komunikasi, yakni persuasi dan motivasi karyawan dan koordinasi dan kontrol sehingga kesamaan tujuan tetap terpelihara. Dalam perkembangannya, fungsi komunikasi mencakup urusan yang lebih luas lagi tidak hanya terbatas pada fungsi motivasi dan koordinasi. Maka sistem komunikasi organisasi melaksanakan empat fungsi berbeda sebagai berikut:

a. Fungsi Informasi (*Information Function*)

Fungsi utama untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bagi individu melalui adaptasi. Sebagai anggota organisasi, karyawan membutuhkan informasi mengenai lingkungan kerja dan informasi untuk bertindak terhadap lingkungan tersebut. Ia membutuhkan informasi tentang tugas, pekerjaan, dan dengan siapa ia bekerja, karena ia tidak bekerja seorang diri secara otonom, tetapi dalam hubungan kerja sama dalam kelompok. Ia

membutuhkan informasi untuk membangun hubungan kewenangan dan penyesuaian. Jika ia seorang manajer, ia membutuhkan informasi untuk menentukan tujuan, sasaran, dan masalah-masalah yang terkait dengan tujuan dan sasaran tersebut baik secara internal maupun eksternal (Hardjana, 2016:139).

b. Fungsi Perintah dan Instruksi (*Command And Instructive Function*)

Komunikasi yang menjadikan manajemen mampu membuat karyawan senantiasa bekerja ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini meliputi penentuan apa perintah dan instruksi yang harus diberikan kepada siapa, dan bagaimana harus dijalankan. Fungsi ini menyangkut kepatuhan pada kebijakan, standarisasi praktik kerja, prosedur, alokasi waktu kapan harus dilaksanakan, dan ketetapan maupun kelengkapan hasil kerja (Hardjana, 2016:139).

c. Fungsi Pengaruh dan Persuasi (*Influence And Persuasive Function*)

Komunikasi kewenangan dan posisi dalam struktur hierarki. Kewenangan membawa implikasi bahwa komunikasi harus diterima dan wajib dilaksanakan, sebab mempunyai legitimasi artinya komunikasi tersebut absah dan tidak menyimpang dari tujuan organisasi. Melalui pengaruh dan persuasi, manajemen dengan posisi dan kewenangannya dapat mengendalikan informasi dan perilaku karyawan, terutama melalui peraturan, norma dan tanggung jawab. Konsekuensinya karyawan mempunyai kewajiban untuk menerima dan patuh pada aturan, norma-norma, tanggung jawab, dan loyalitas (Hardjana, 2016:140).

d. Fungsi Integrasi (*Integrative Function*)

Komunikasi yang membuat hubungan seluruh anggota organisasi menjadi harmonis dalam kerja sama dan kesepakatan tentang tujuan organisasi. Jadi fungsi integrasi terkait dengan komunikasi formal fungsional yang sekaligus bersifat sosial dan relasional. Integrasi antar segenap karyawan dapat tercapai melalui sosialisasi nilai dan peningkatan martabat, termasuk berbagai acara dan upacara, perayaan HUT perusahaan, pertemuan sosial, dan berbagai kegiatan bersama, seperti olahraga dan minat bersama, yang berdampak pada kepuasan kerja, harga diri dan loyalitas karyawan. Fungsi integrasi adalah sosialisasi nilai-nilai budaya organisasi yang membuat hubungan segenap karyawan menjadi serasi dan berpengaruh pada kepuasan kerja, motivasi, moral, dan rasa betah bekerja (Hardjana, 2016: 140).

2.1.2.2.3. Bentuk – Bentuk Komunikasi Organisasi

Komunikasi pada umumnya dimana komunikasi organisasi juga dapat digolongkan ke beberapa bagian, sebagai berikut:

1. Komunikasi Lisan dan Tulisan

Hal ini berkaitan dengan bentuk pesan yang akan disampaikan, dimana Sebagian besar interaksi manusia terjadi dalam bentuk lisan dan tulisan. Banyak pertimbangan yang menentukan pemilihan diantara kedua bentuk komunikasi tersebut yaitu waktu, biaya, ketepatan, preferensi pribadi, keterampilan berkomunikasi, individu, sumber daya yang tersedia, dan

pertimbangan lain yang berhubungan dengan kriteria pengambilan keputusan.

2. Komunikasi verbal dan Non Verbal

Dalam melakukan komunikasi ada dua kemungkinan dalam melakukannya, yaitu dengan mengatakan langsung maksud dan tujuan yang ingin disampaikan atau dengan isyarat muka serta gerakan tubuh seorang komunikan

3. Komunikasi Ke Bawah, Ke Atas, dan Ke Samping

Bentuk komunikasi ini didasarkan pada arah aliran-aliran pesan dan informasi di dalam suatu organisasi. Alur komunikasi ke bawah dilakukan ketua kepada anggota atau iluustrasinya ialah dari atasan kepada bawahan. Alur komunikasi ke atas dilakukan anggota kepada ketua atau iluustrasinya ialah dari bawahan kepada atasan. Alur komunikasi ke samping dilakukan ketua kepada ketua bidang atau iluustrasinya ialah dari karyawan yang setara jabatannya.

4. Komunikasi Formal dan Informal

Bentuk dasar komunikasi ini yaitu gaya, tatakrama, dan pola aliran komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi formal terjadi diantara anggota melalui garis wewenang yang telah ditentukan oleh atasan dan menjadi tanggung jawab atasan dalam hal untuk menciptakan kondisi menyenangkan dalam proses ini. Sedangkan komunikasi informal ialah komunikasi yang dilakukan tanpa memperhatikan struktur yang ada

5. Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dimana didalamnya ada sebuah *feedback* dari lawan bicara atau tidak, jika ada maka komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dua arah, namun jika komunikasi yang dilakukan tanpa adanya timbal balik maka komunikasi tersebut termasuk satu arah.

2.1.2.3. Komunikasi Internal

2.1.2.3.1. Pengertian Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah proses pertukaran informasi dan pesan antar anggota dalam suatu organisasi atau perusahaan. Ini membantu untuk memastikan bahwa semua anggota bekerja sama dan memahami tujuan dan tugas mereka.

Menurut **Yulius Eka Agung Saputra (2014:173)** komunikasi internal merupakan

“pertukaran gagasan di antara para administrator dan pegawai dalam suatu organisasi, dalam struktur lengkap yang khas disertai pertukaran gagasan secara horizontal dan vertical di dalam organisasi, sehingga pekerjaan dapat berjalan dengan baik”.

Menurut **Lawrance D. Brennan (Ruliana, 2014:94)** mendefinisikan

“komunikasi internal adalah pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau organisasi untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Pertukaran gagasan berlangsung secara vertikal dan horizontal dalam perusahaan sehingga proses manajemen dapat dioperasionalkan”.

Menurut **Putranto (2012)** menyatakan bahwa komunikasi internal pada dasarnya harus memiliki informasi yang sesuai dengan kebutuhan (tidak kelebihan/kebanyakan) dan juga kelengkapan informasi yang dibutuhkan bagi karyawan berkaitan dengan tugas-tugas, sehingga menghasilkan arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik antara atasan dengan karyawan.

Selain itu, Woodruffe (Wijaya, 2015) menjelaskan bahwa

“komunikasi internal berfungsi secara khusus untuk membangun dan membina hubungan dengan publik internal yang dirancang oleh perusahaan sehingga tercipta kedekatan emosional yang diwujudkan melalui komitmen dan keterlibatan untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Menurut **Romli (2014)** menyatakan bahwa komunikasi internal merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang terjadi antara anggota organisasi untuk kepentingan organisasinya.

Menurut **Ruslan (2007:277)**, komunikasi internal dapat menjadi komunikasi yang efektif, apabila:

1. Adanya keterbukaan informasi dalam mengelola perusahaan (*open management system*).
2. Saling menghormati atau menghargai (*mutual appreciation*) antara satu sama lain, baik bertindak sebagai pimpinan maupun bawahan untuk tercapainya tujuan utama perusahaan
3. Adanya komunikasi timball balik antara manajemen dengan karyawan
4. Keberadaan seorang humas (*Public Relations*) yang tidak hanya memiliki keterampilan (*skill*) dan berpengalaman sebagai seorang komunikator, mediator, dan persuador, tetapi juga didukung dengan sumber daya teknis yang canggih dan sekaligus sebagai media komunikasi, seperti

kemampuan mengelola dan membuat media komunikasi seperti: *House PR Journal, Internal Magazine, Video and Cassetes Recording, Slide Film Presentation, Special Events Programmes*, dan media pertemuan sebagai media komunikasi internal.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dan dilakukan oleh individu dalam internal perusahaan baik secara formal maupun informal. Komunikasi internal juga dapat diartikan sebagai segala bentuk interaksi dan komunikasi antar seluruh anggota perusahaan sehingga satu sama lain dapat memiliki informasi yang jelas dari proses komunikasi tersebut. Komunikasi internal juga merupakan penyampaian informasi atau pesan baik secara lisan, tulisan, atau non-verbal yang dilakukan oleh individu atau kelompok di dalam sebuah organisasi.

2.1.2.3.2. Bentuk Komunikasi Internal

Komunikasi internal dalam sebuah organisasi memiliki peran penting dalam melaksanakan fungsi tugasnya. Adapun bentuk-bentuk komunikasi internal dalam suatu organisasi perusahaan, yaitu:

a. Komunikasi Vertikal

Yakni komunikasi dari atas ke bawah (*Downward Communication*) dan dari bawah ke atas (*Upward Communication*), adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik (*two-way traffic communication*). Dalam komunikasi

vertikal, pimpinan memberikan intruksi-intruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan dan lain-lain kepada bawahannya. Dalam hal itu, bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan dan sebagainya kepada pimpinan.

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya (*downward communication*). Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.

Komunikasi ke atas (*upward communication*), adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan, tipe pesan adalah integrasi dan pembaruan.

b. Komunikasi Horizontal

Ialah komunikasi secara mendatar antara anggota staf, karyawan sesama karyawan dan sebagainya. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal. Mereka berkomunikasi satu sama lain bukan pada waktu mereka sedang bekerja, melainkan pada saat istirahat, pada waktu pulang kerja (dalam Onong Uchjana Effendy, 1997:122).

2.1.2.3.3. Faktor-Faktor Komunikasi Internal

Menurut Dennis (dalam Balakrishnan, 2013), terdapat 5 faktor yang dapat digunakan untuk menilai komunikasi interna, diantaranya:

a. *Superior–Subordinate Communication*

Faktor *Superior–Subordinate Communication* mencerminkan pernyataan mengenai komunikasi yang positif antara bawahan dan atasan karena itu meliputi pertukaran dorongan, pemahaman, dan kejujuran diantara keduanya.

b. *Quality of Information*

Faktor *Quality of Information* mencerminkan seberapa puas seorang karyawan terhadap cara manajemen dalam memberikan sumber informasi, penerimaan hadiah (reward), serta memberikan pemahaman atas tujuan organisasi dan pekerjaan.

c. *Superior Openness*

Faktor Superior Openness merupakan faktor utama yang menghubungkan fungsi level manajemen atau level atasan (*superior*). Faktor ini menjelaskan bagaimana perasaan karyawan mengenai manajer mereka di dalam memberikan informasi dan bagaimana mereka dapat merasa terbuka dan jujur dalam berbagi informasi.

d. *Opportunities for Upward Communication*

Faktor ini mencerminkan perasaan seorang karyawan mengenai sudut pandang dan opini yang didengar dan diintegrasikan dalam kegiatan sehari-hari.

e. *Reliability of Communication*

Faktor ini menggambarkan ide atau gagasan karyawan yang sehubungan dengan penerimaan informasi yang dapat dipercaya dari pihak manajemen dan dari rekan lainnya. Selain itu, faktor ini dapat mengukur keakuratan, kepercayaan, dan keandalan dari informasi yang diberikan oleh manajemen dan rekan kerja.

2.1.2.3.4. Jenis Komunikasi Internal

Menurut Robbins & Timothy (2010), komunikasi internal dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang dilakukan dalam bentuk ucapan. Sarana dalam penyampaian informasi yaitu dengan cara, seperti:

pidato, diskusi kelompok secara tatap muka, melalui jaringan telepon atau *videoconfering*.

2. Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan merupakan suatu proses penyampaian informasi dengan menggunakan media komunikasi, seperti: surat, elektronik mail (*email*), pesan singkat, dan media sosial.

3. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal yaitu komunikasi yang dilakukan secara tidak disadari dapat menyampaikan suatu pesan. Komunikasi non-verbal dapat dilakukan dengan menggunakan isyarat, bahasa tubuh atau pergerakan tubuh yang dimiliki sebuah arti atau makna. Bahasa tubuh dapat menyampaikan arti dan juga keadaan emosional seseorang.

Sedangkan menurut Effendy (2013), komunikasi internal dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Komunikasi Personal

Komunikasi personal adalah komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua acara:

a. Komunikasi tatap muka

b. Komunikasi bermedia

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka.

2.1.2.4. Motivasi Kerja

2.1.2.4.1. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi merupakan suatu konsep yang bersifat penjelasan bahwa kita sering menggunakan untuk memahami perilaku yang kita amati. Dengan kata lain, motivasi adalah mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Menurut **Anwar Prabu Mangkunegara (2009:93) dalam Bayu Fadillah, et all (2013:5)** Motivasi kerja adalah

“motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi agar pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya serta mampu mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Dengan kata lain, motivasi merupakan sebuah energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri guna mencapai tujuan tertentu”.

Menurut **J.E.Ormrod (2009:101) dalam buku psikologi pendidikan** mendefinisikan motivasi sebagai keadaan internal yang membangkitkan kita untuk bertindak, mendorong kita ke arah tertentu dan membuat kita tetap terlibat dalam kegiatan tertentu.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat diartikan bahwa motivasi merupakan suatu keadaan internal seseorang yang dapat membangkitkan seseorang untuk bertindak ke arah tertentu sehingga dapat terlibat dalam suatu kegiatan.

Motivasi menurut **Robbins, (1998:55) dalam buku perilaku organisasi dan kepemimpinan pelayanan** berpendapat bahwa motivasi adalah

kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individu.

Menurut **Munandar (2001:55)** dalam buku **perilaku organisasi dan kepemimpinan pelayanan** mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu. Bila kebutuhan telah terpenuhi maka akan dicapai suatu kepuasan.

Menurut **McDonald dalam Soemanto (2010:206)** menyatakan bahwa motivasi adalah suatu perubahan tenaga di dalam diri/pribadi seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi dalam usaha untuk mencapai tujuan. Terdapat tiga unsur penting yang menjadi sebuah motivasi, yaitu:

1. Bahwa motivasi mengawali terjadinya perubahan energi pada setiap diri manusia. Perkembangan motivasi itu akan membawa beberapa perubahan system neurofisiologis yang ada dalam organisme manusia, dan penampakannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia.
2. Motivasi ditandai dengan munculnya rasa/feeling, afeksi seseorang. Dalam hal ini motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia.
3. Motivasi ditandai dengan reaksi-reaksi tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respon dari suatu aksi, yakni tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, akan tetapi munculnya akan

menjadi suatu rangsangan atau dorongan oleh adanya unsur yang tertentu, dalam hal ini yaitu tujuan.

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan, bahwa motivasi adalah suatu kondisi yang mendorong dan menggerakkan seseorang dari dalam diri sendiri atau dari luar dirinya dengan kemampuan yang dimilikinya untuk melakukan suatu kegiatan agar mendapatkan hasil kerja yang baik dan bisa tercapainya suatu tujuan. Oleh sebab itu motivasi dianggap sebagai hal yang menjadi dasar seseorang dalam melakukan sesuatu, apabila tidak ada motivasi maka seseorang akan enggan untuk melakukan suatu kegiatan.

2.1.2.4.2. Aspek-Aspek Motivasi Kerja

Menurut **Munandar (2001)** menjelaskan tentang aspek-aspek motivasi kerja adalah:

a. Adanya kedisiplinan dari karyawan

Yaitu, sikap tingkah laku atau perbuatan pada karyawan untuk melakukan aktivitas-aktivitas kerja yang sesuai dengan pola-pola tertentu. Keputusan-keputusan dan norma-norma yang telah ditetapkan dan disetujui bersama baik tulis maupun lisan serta sanggup menerima sanksi bila melanggar tugas dan wewenang yang diberikan.

b. Imanjinasi yang tinggi dan daya kombinasi

Membuat hasil kerja dan kombinasi ide-ide atau gambaran disusun secara lebih teliti atau inisiatif sendiri bukan diitu dan bersifat konstruktif

sehingga membentuk suatu hasil atau produk yang mendukung pada kualitas kerja yang lebih baik.

c. Kepercayaan diri

Perasaan yakin yang dimiliki karyawan terhadap kemampuan dirinya. Daya berfikir positif dalam menghadapi kenyataan yang terjadi serta bertanggung jawab atas keputusan yang dapat diambil sehingga dapat menyelesaikan masalahnya dengan tenang.

d. Tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan

Suatu kesadaran pada individu untuk melaksanakan kewajiban atau pekerjaan, diiringi rasa keberanian menerima segala resiko, inisiatif yang besar dalam menghadapi kesulitan terhadap pekerjaan dan dorongan yang besar untuk menyelesaikan apa yang harus dan patut diselesaikan.

Menurut **George dan Jones (dalam Ella,2015)** mengemukakan 3 aspek-aspek motivasi kerja:

1. Perilaku (*Direction of Behavior*)
2. Tingkat Usaha (*Level of Effort*)
3. Tingkat Kegigihan (*Level of Persistence*)

Winardi (2001) mengungkapkan ada tiga aspek motivasi yang mengarah tercapainya tujuan tertentu, yaitu:

- a. Keinginan, ketika seseorang memiliki keinginan maka motivasinya terpacu untuk melakukan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai yang diinginkannya.

- b. Kebutuhan, seseorang memiliki motivasi yang tinggi bila seseorang butuh. Ketika seseorang membutuhkan sesuatu misalnya gaji, kompensasi maka pekerjaan akan terpacu untuk melakukan pekerjaannya dengan baik.
- c. Rasa aman, seseorang akan berusaha melakukan sesuatu juga disebabkan ketakutan saat orang tersebut tidak melakukan sesuatu sehingga alasan motivasi muncul karena ketika seseorang melakukan sesuatu dirinya merasa aman.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari motivasi kerja adalah adanya kedisiplinan karyawan, imajinasi yang tinggi dan daya kombinasi, kepercayaan diri, daya tahap terhadap tekanan, tanggung awab dalam melakukan pekerjaan.

2.1.2.4.3. Faktor-Faktor Motivasi Kerja

Fredick Hezberg, dkk (Wirawan,2013) mangemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja:

- a. Faktor Motivasi : faktor yang ada di dalam pekerjaan, faktor inilah yang dapat menimbulkan kepuasan kerja dan kemauan untuk bekerja lebih keras. Faktor ini akan mendorong lebih banyak upaya.
- b. Faktor Penyehat : faktor ini disebut penyehat karena faktor yang jumlahnya mencukupi faktor motivator. Jika jumlah faktor pemelihara tidak mencukupi akan menimbulkan ketidakpuasan kerja. Jadi faktor pemelihara tidak menciptakan kepuasan kerja akan tetapi dapat mencegah terjadinya ketidakpuasan kerja.

Fredick Herzberg, dkk (Wirawan,2013) juga mengemukakan faktor lain mengenai motivasi yaitu:

- a. Supervise
- b. Hubungan interpersonal
- c. Kondisi kerja fisik
- d. Gaji
- e. Kebijakan dan praktik perusahaan
- f. Benefit dan sekuritas pekerjaan

Menurut **Siagian, 2001** motivasi seseorang karyawan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Termasuk pada faktor-faktor internal adalah:

- a. Persepsi seseorang mengenai diri sendiri
- b. Harga diri
- c. Harapan pribadi
- d. Kebutuhan
- e. Keinginan
- f. Kepuasan kerja
- g. Prestasi kerja yang dihasilkan

Sedangkan faktor-faktor eksternal yang turut mempengaruhi motivasi seseorang antara lain:

- a. Jenis dan sifat pekerjaan
- b. Kelompok kerja
- c. Organisasi tempat kerja

d. Situasi lingkungan pada umumnya

Berdasarkan beberapa pendapat di atas yang dikemukakan oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor motivasi kerja adalah supervise, hubungan interpersonal, gaji, kebutuhan, keinginan, kepuasan kerja, prestasi kerja yang dihasilkan.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon)

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori S-O-R ((Stimulus-Organism-Respon). Pada tahun 1930-an lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi. Teori S-O-R ini yang berupa objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: Sikap, Opini, Perilaku, Kognisi, Efeksi dan Konasi, menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Asumsi dasar dari model ini adalah media masa menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikasi. Unsur-unsur dalam model ini adalah : Pesan (Stimulus, S), Komunikasi (Organism, O), Efek (Respon, R).

Menurut teori ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari ilmu komunikasi (McQuail, 1994:234).

Teori S-O-R ini dikemukakan oleh **Hovland, Janis dan Kelly**. Stimulus (pesan) - Organism (komunikasi/penerima) - Respon. O melambangkan peran kognisi yang menengahi antara S dan R, yang dimaksud dengan kognisi disini adalah proses akal atau mental memperoleh, menyimpan,

mendapatkan dan mengubah pengetahuan. Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Menurut stimulus respon ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Menurut Stimulus Organism Response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikan. Sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi

komunikasikan. Untuk tercapainya ini memerlukan cara penyampaian yang efektif dan efisien. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Teori ini mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga. Teori ini juga meliputi 3 unsur yang penting, yaitu:

1. Pesan atau Stimulus (S)
2. Komunikan atau Organisme (O)
3. Efek atau Respons (R)

Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya. (Effendy, 2003: 225).

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

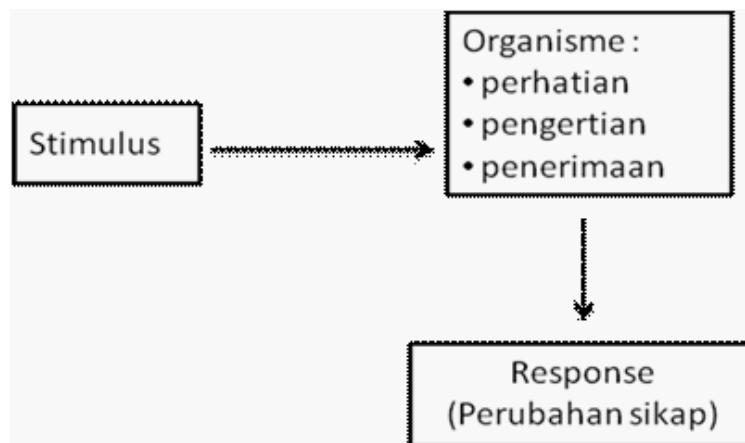
Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap manusia, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, Kelley yang menyatakan bahwa dalam meneliti sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu:

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Hosland et al., (Suhariyanto, 2010) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari:

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti di sini, tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka seseorang mengerti stimulus ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan, maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Berikut model teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon):



Gambar 2.2 Model Teori S-O-R(Stimulus-Organism-Respon)

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesiapan untuk mengubah sikap. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas

dari sumber komunikasi (sources), misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat (Hosland et al., dalam Wowor, 2013).

2.2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian konseptual dan teoritis, peneliti ingin menjelaskan kerangka berpikir peneliti dalam melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung”**

1) Komunikasi Internal

Menurut **Yulius Eka Agung Saputra (2014:173)** komunikasi internal merupakan pertukaran gagasan di antara para administrator dan pegawai dalam suatu organisasi, dalam struktur lengkap yang khas disertai pertukaran gagasan secara horizontal dan vertical di dalam organisasi, sehingga pekerjaan dapat berjalan dengan baik.

Sedangkan komunikasi internal menurut **Akhmad Subhki M.M dan Mohammad Jauhar, S.Pd. (2013:274)** adalah komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia yang saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada.

Menurut **Putranto (2012)** menyatakan bahwa komunikasi internal pada dasarnya harus memiliki informasi yang sesuai dengan kebutuhan (tidak kelebihan/kebanyakan) dan juga kelengkapan informasi yang dibutuhkan

bagi karyawan berkaitan dengan tugas-tugas, sehingga menghasilkan arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik antara atasan dengan karyawan.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dan dilakukan oleh individu dalam internal perusahaan baik secara formal maupun informal. Komunikasi internal juga dapat diartikan sebagai segala bentuk interaksi dan komunikasi antar seluruh anggota perusahaan sehingga satu sama lain dapat memiliki informasi yang jelas dari proses komunikasi tersebut. Komunikasi internal juga merupakan penyampaian informasi atau pesan baik secara lisan, tulisan, atau non-verbal yang dilakukan oleh individu atau kelompok di dalam sebuah organisasi.

Adapun dimensi atau fungsi komunikasi internal tersebut, diantaranya:

1. ***Downward Communication***

Yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya guna mendapatkan timbal balik. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah :

- Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja kepada pegawai
- Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas itu perlu
- Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku di dalam suatu organisasi
- Pemberian motivasi kepada pegawai untuk bekerja lebih baik dari sebelumnya

2. *Upward Communication*

Yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas antara lain:

- Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan oleh bawahan
- Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan maupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
- Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan atas pekerjaan
- Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaan yang telah dilakukannya.

3. *Horizontal Communication*

Yaitu komunikasi yang berlangsung di antara para pegawai ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal dalam satu organisasi, yaitu:

- Memperbaiki koordinasi tugas sesama pegawai
- Upaya pemecahan masalah sesama pegawai
- Saling berbagi informasi sesama pegawai
- Upaya pemecahan konflik sesama pegawai
- Membina hubungan melalui kegiatan bersama

2) **Motivasi Kerja**

Menurut **Anwar Prabu Mangkunegara (2009:93)** dalam **Bayu**

Fadillah, et all (2013:5) Motivasi kerja adalah

“motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi agar pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri dengan

lingkungannya serta mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, motivasi merupakan sebuah energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri guna mencapai tujuan tertentu”.

Sedangkan motivasi menurut **Sutrisno (2010:109) dalam Arif Yusup**

Hamali, S.S.,M.M (2018:133) adalah sebagai berikut:

“Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki suatu faktor yang mendorong aktivitas tersebut. Faktor pendorong dari seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu pada umumnya adalah kebutuhan serta keinginan orang tersebut. Proses mental itu merupakan pembentukan persepsi pada diri orang yang bersangkutan dan proses pembentukan persepsi diri pada hakikatnya merupakan proses belajar seseorang terhadap segala sesuatu yang dilihat dan dialaminya dari lingkungan yang ada di sekitarnya”.

Motivasi memiliki komponen, yaitu komponen dalam dan komponen luar. Komponen dalam adalah perubahan dalam diri seseorang, keadaan merasa tidak puas, ketegangan psikologis. Komponen luar adalah sesuatu yang diinginkan seseorang, tujuan yang menjadi arah tingkah lakunya. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang tidak terlepas dari berbagai motif dan sikap, yang mendorong seseorang melakukan serangkaian perbuatan yang disebut kegiatan. Motif adalah daya timbul dari dalam diri orang yang mendorong untuk berbuat sesuatu.

Kemudian menurut Siagian (2008) motivasi adalah keadaan kejiwaan yang mendorong mengaktifkan, atau menggerakkan dan motivasi itulah yang mengarahkan dan menyalurkan perilaku, sikap dan tindakan-tindakan seseorang yang selalu dikaitkan dengan pencapaian tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan pribadi masing-masing anggota organisasi.

Berdasarkan definisi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa motivasi kerja adalah dorongan atau semangat dalam diri seseorang untuk melakukan pekerjaan guna mencapai suatu tujuan yang dapat berpengaruh positif terhadap suatu pekerjaannya.

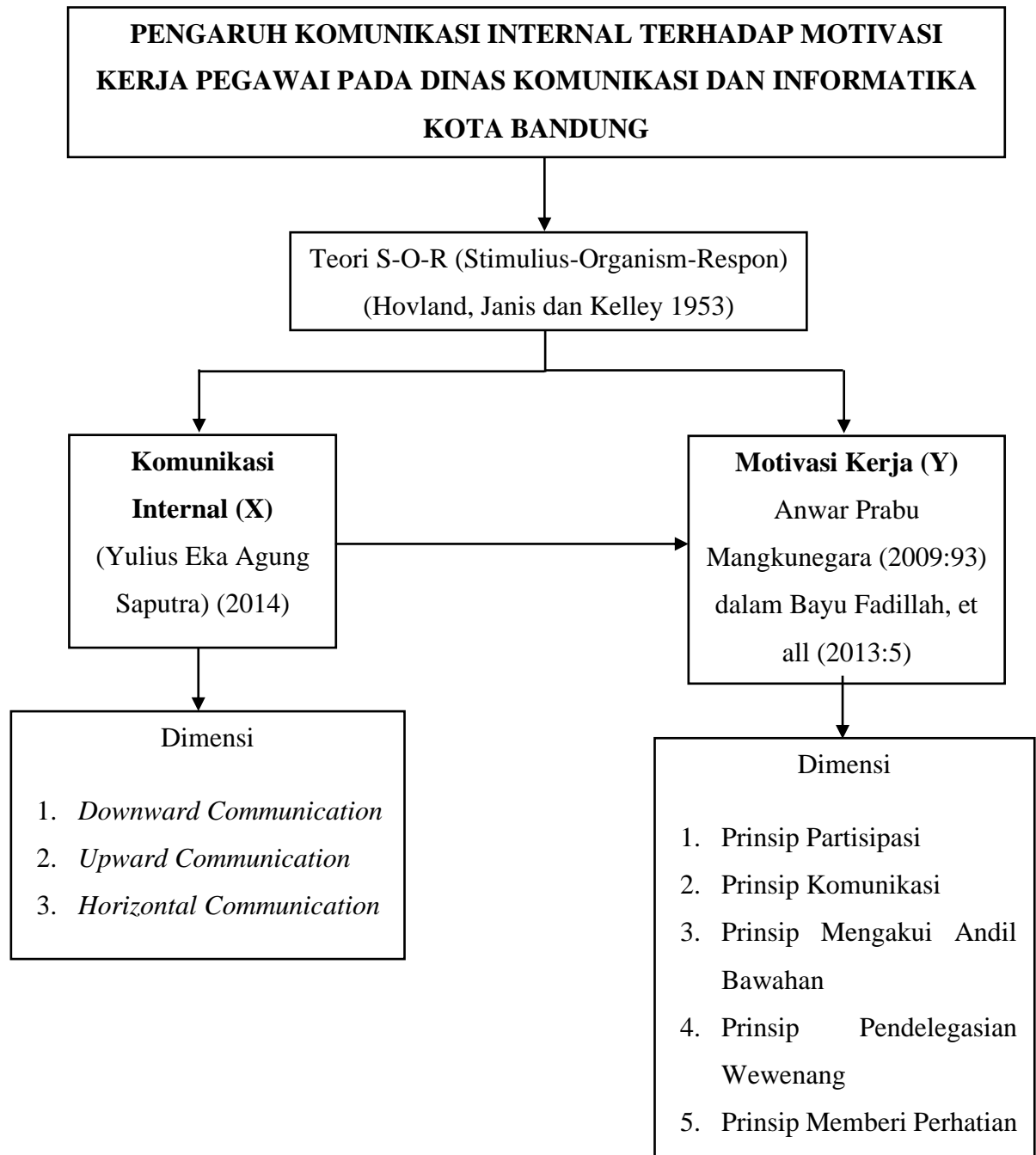
Indikator Motivasi Kerja menurut **Anwar Prabu Mangkunegara (2009:93)** dalam **Bayu Fadillah, et all (2013:5)** sebagai berikut:

1. Prinsip Partisipasi, dalam upaya memotivasi kerja, pegawai perlu diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.
2. Prinsip Komunikasi, pemimpin mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas, dengan usaha pencapaian tugas, dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
3. Prinsip Mengakui Andil Bawahan, pemimpin mengakui bahwa bawahannya (pegawai) mempunyai andil di dalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.
4. Prinsip Pendelegasian Wewenang, pimpinan yang memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai bawahan untuk sewaktu-waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, akan membuat pegawai yang bersangkutan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.

5. Prinsip Memberi Perhatian, pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang di inginkan pegawai bawahan, akan memotivasi pegawai bekerja apa yang diharapkan pemimpin.

Motivasi terbentuk dari sikap pegawai dalam menghadapi situasi kerja di tempat kerja baik instansi atau dinas pemerintahan maupun perusahaan. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri/pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi pegawainya itu sendiri.

Berikut adalah bagan dari kerangka pemikiran:



Sumber : Hovland, Janis, Kelley (1953), Yulius Eka Agung Saputra (2014), Anwar Prabu Mangkunegara (2009:93) dalam Bayu Fadillah, et all (2013:5), Hasil Modifikasi Peneliti dan Pembimbing 2023

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan awal atau dugaan sementara untuk pertanyaan penelitian yang harus dibuktikan melalui pengujian. Hipotesis adalah alat dalam penelitian ilmiah yang penting karena merupakan alat kerja teori. Hipotesis penelitian ini dibagi menjadi satu bagian yaitu:

1. Komunikasi Internal berpengaruh besar terhadap Motivasi Kerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.
2. *Downward Communication* berpengaruh besar terhadap Motivasi Kerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.
3. *Upward Communication* berpengaruh besar terhadap Motivasi Kerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.
4. *Horizontal Communication* berpengaruh besar terhadap Motivasi Kerja pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.