

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Literatur**

##### **2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Untuk menunjang penelitian ini, sebelumnya peneliti melakukan tinjauan pustaka yang disesuaikan dengan kesesuaian objek penelitian yang dapat membantu keberlangsungan penelitian ini. Peneliti mengambil dari berbagai sumber untuk dijadikan referensi, mulai dari buku, jurnal sampai mencarinya di internet. Peneliti akan mencantumkan penelitian yang dibuat oleh peneliti sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Peneliti juga menemukan beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan dengan penelitian ini, antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Kirana Devi Pradysta mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitiannya berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Pada Rumah Makan Paradise Resto Di Gamping Yogyakarta Dalam Menciptakan Keharmonisan Karyawan.

“Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif, Metode ini dilakukan terkait fenomena yang ada di lapangan dengan cara mengumpulkan data, terutama dari informan penelitian”.

Pada Dari hasil penelitian yang dilakukan dilapangan, dapat dijelaskan bahwa komunikasi vertikal, komunikasi horisontal, komunikasi lintas saluran juga pola komunikasi yang tercipta di rumah makan Paradise Resto berjalan lancar baik itu komunikasi formal ataupun informalnya. Semua anggota organisasi bisa saling berkomunikasi dan menyampaikan

informasi Penelitian tersebut membahas tentang arus komunikasi vertikal, horisontal serta lintas saluran dalam menciptakan keharmonisan diantara karyawannya. Demikian juga dengan penelitian ini membahas 7 Karyawan dengan baik. Hal ini bisa disimpulkan yakni perusahaan mampu membentuk pola serta aliran komunikasi yang baik dan lancar sehingga dapat menciptakan hubungan yang harmonis diantara karyawan di rumah makan Paradise Resto tersebut.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Maulisa Sudrajat Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan Judul, Pola Komunikasi Organisasi Di Lembaga Kemanusiaan Nasional Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU). yang mengacu pada aturan aturan sosial yang berlaku di tengah masyarakat menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.).

Hasil dari penelitian ini menemukan berbagai pola atau bentuk komunikasi organisasi yang diterapkan didalam Lembaga Kemanusiaan Nasional Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) diantara adalah pola komunikasi bintang dan pola komunikasi rantai. Pola komunikasi Bintang dalam penelitian ini digunakan untuk berkomunikasi secara umum, dimana atasan bebas berkomunikasi kepada bawahan dan bawahan bebas berkomunikasi kepada bawahan tanpa pelantara orang lain. Dan pola komunikasi rantai digunakan untuk memberikan informasi yang bersifat pengumuman dari satu divisi kepada seluruh karyawan Lembaga Kemanusiaan Nasional Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mariana Fajarwati, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba Penelitiannya berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Pada Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals) (Studi Deskriptif tentang Pola Komunikasi Organisasi pada Komunitas

Oi (Penggemar Iwan Fals) di Kota Bandung Studi fenomenologis dengan metode kualitatif menjadi dasar penelitian ini dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa arus pesan komunikasi organisasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan yang dialami oleh Komunitas Oi di Kota Bandung berupa bahasa dan minimnya penggunaan teknologi. Selain itu pola komunikasi organisasi yang terjadi meski rumit tetapi berjalan dengan baik.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Fitri Susilawati mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia. Penelitiannya berjudul “Komunikasi Organisasi Dalam Kepemimpinan Pada PT Tempo Inti Media”

Pada penelitian tersebut, Pada skripsi ini membahas mengenai komunikasi organisasi yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan kepada karyawannya. Penelitian ini memiliki pokok pembahasan yang befokus kepada pengaruh komunikasi seorang pemimpin organisasi perusahaan media. Pada hasil kesimpulan penelitiannya ditemukan beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi seorang pemimpin organisasi diantaranya adalah kesiapan diri secara personal pemimpin perusahaan untuk menyampaikan informasi dan perintah serta pemilihan media komunikasi yang tepat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tibyan. Penelitiannya berjudul “Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan PO. Blue Star Salatiga“

Pada penelitian ini, Pada skripsi ini membahas mengenai peran komunikasi organisasi dalam mewujudkan loyalitas karyawan pada PO Blue Star. Hasil kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peranan besar didalam kegiatan operasional perusahaan dan menjadi faktor penentu keberhasilan dalam upaya untuk mewujudkan tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan perusahaan.

### **Tabel 1. 1**

## Penelitian Sejenis

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Kirana Devi  Pradysta	“Pola Komunikasi Organisasi Pada Rumah Makan Paradise Rest Di Gamping Yogyakarta Dalam Menciptakan Keharmonisan Karyawan.	Metode  Penelitian  Kualitatif	Subjek  Penelitian,  Objek  Penelitian dan Lokasi  Penelitian	Membahas  tentang Pola  Komunikasi  Organisasi
2	Maulisa  Sudrajat	“Pola Komunikasi Organisasi Di Lembaga Kemanusiaan Nasional Pos Keadilan	Metode  Penelitian  Kualitatif	Subjek  Penelitian,  Objek  Penelitian dan Lokasi  Penelitian	Membahas  tentang bagaimana  Pola  Komunikasi  Organisasi.

		Peduli Umat (PKPU).”			
3	Mariana Fajarwati	“Pola Komunikasi Organisasi Pada Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals)” (Studi Deskriptif tentang Pola Komunikasi Organisasi pada Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals) di Kota Bandung)”	Metode Penelitian Kualitatif	Subjek Penelitian, Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian	Membahas tentang bagaimana Pola Komunikasi Organisasi.
4	Fitri Susilawati	Komunikasi Organisasi Dalam Kepemimpinan Pada	Metode Penelitian Kualitatif	Subjek Penelitian, Objek Penelitian	Membahas tentang bagaimana

		PT Tempo Inti Media”		dan Lokasi Penelitian	Pola Komunikasi Organisasi.
5	Muhammad Tibyan	“Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan PO. Blue Star Salatiga“	Metode Penelitian Kualitatif	Subjek Penelitian, Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian	Membahas tentang bagaimana Pola Komunikasi Organisasi.

## 2.2 Kerangka Koseptual

### 2.2.1 Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya sama *communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyatakan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut sama.

Everet M. Rogers dalam Cangara (2013 : 33) seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang kemudian banyak memberi perhatian pada riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yaitu : “komunikasi adalah di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerimaan atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

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 stimulus (usually verbal) to modify the behavior of other individuals.* Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. (Cangara, 2014 : 35-36)

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa:

“Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.” (Book dalam Cangara, 2010).

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa:

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Mulyana, 2014)

Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D.Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”

Rogers mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta

kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Definisi-definisi yang dikemukakan di atas tentunya belum mewakili semua definisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar, namun sedikit banyaknya bisa menggambarkan seperti apa yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver dalam Mulyana (2014) bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

### **2.2.2 Unsur Unsur Komunikasi**

Unsur atau elemen merupakan bagian yang digunakan untuk membangun suatu *body* (badan). Kita tidak bisa menyebut sebuah rumah yang sempurna jika rumah itu tidak memiliki lantai, dinding, pintu, atap, dan jendela. Demikian pula sebuah universitas tidak bisa dikatakan universitas jika ia tidak memiliki unsur-unsur seperti kampus, mahasiswa, dosen, kurikulum, dan proses belajar-mengajar.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Berikut penjelasan dari unsur-unsur komunikasi:

#### **A. Sumber**

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Pada komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari



satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

#### B. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi yaitu sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

#### C. Media

Yang dimaksud media disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

#### D. Penerima

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

#### E. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

### **2.2.3 Fungsi Komunikasi**

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, maka Harold D. Lasswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain (1) manusia dapat mengontrol lingkungannya, (2) beradaptasi dengan lingkungannya, serta (3) melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Selain itu, ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*customers*), dan juga memelihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat.

Fungsi komunikasi secara umum adalah untuk menyampaikan pikiran atau perasaan, aktualisasi diri, ekspresi emosi, informasi, motivasi, untuk kelangsungan hidup. Melalui komunikasi kita dapat ber-sosialisasi dengan keluarga, kerabat dekat dan masyarakat, karena kita sebagai makhluk sosial tentu butuh komunikasi. Fungsi dari komunikasi lainnya yaitu, yang pertama untuk mengontrol dan mengetahui bagaimana keadaan orang lain sehingga kita bisa memutuskan sesuatu yang sesuai dengan keadaan orang lain.

Kedua, sebagai alat untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada tujuan yang akan melahirkan tanggapan dari komunikan. Yang ketiga, sebagai alat untuk memberikan motivasi kepada orang lain yang sifatnya lembut namun biasanva langsung mengarah kepada nuraninya. Dan yang keempat atau terakhir, sebagai alat penyampai emosi atau perasaan melalui komunikasi dalam bentuk ekspresi.

Selain itu, menurut Robert G. King dalam buku Lukiati Komala yang berjudul Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses dan Konteks ada tiga fungsi komunikasi, yaitu:

1. Proses Pengembangan Mental (Development of Mental Process)
2. Penyesuaian dengan Lingkungan (Adjustment of Environment)
3. Manipulir Lingkungan (Manipulation of Environment) (Robert, 2009, h.138)

#### **2.2.4 Prinsip Komunikasi**

Komunikasi menurut Deddy Mulyana memiliki, yaitu:

- a) Komunikasi Adalah Proses Simbolik Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal) perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa. Kemampuan manusia menggunakan lambang, baik dalam penyandian ataupun penyandian-balik, manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan. Lambang memiliki beberapa sifat sebagai berikut :
1. Lambang bersifat sembarang, manasuka atau sewenang-wenang. Lambang hadir dimana-mana dan tidak henti-hentinya menerpa kita. Alam tidak memberikan penjelasan kepada kita mengapa manusia menggunakan lambang-lambang tertentu untuk merujuk pada hal-hal tertentu, baik yang konkrit maupun yang abstrak. Apa saja dapat dijadikan lambang, bergantung kepada kesepakatan bersama, kata- kata (lisan atau tulisan) isyarat anggota

tubuh, dandanan dan penampilan bersifat fisik, makanan dan cara makan, tempat b. Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna, kitalah yang memberi makna pada lambang. Makna sebenarnya ada dalam kepala kita dalam pikiran kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Bila ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, maka yang ia maksudkan sebenarnya adalah bahwa kata – kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui bersama) terhadap kata-kata itu. Komunikasi telah terjadi bila penafsiran telah berlangsung, terlepas dari apakah komunikasi itu disengaja atau tidak.

2. Lambang itu banyak variasinya Lambang itu bervariasi dari satu budaya ke budaya lain, satu tempat ke tempat lain, dari satu konteks waktu ke konteks yang lain. Kita hanya memerlukan kesepakatan mengenai suatu lambang. Begitu juga makna yang diberikan kepada suatu lambang juga sangat bervariasi meskipun bisa berubah seiring bergantinya zaman.

b) Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi, namun komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku seseorang punya potensi untuk ditafsirkan. Ketika seseorang tersenyum, cemberut, berdiam diri, ketika seseorang mengundurkan diri dari komunikasi kemudian menyendiri sebenarnya seseorang tersebut mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain akan menafsirkan tersenyum berarti gembira, cemberut ditafsirkan ngambek, diam ditafsirkan sebagai malu, segan, atau ragu-ragu atau tidak setuju atau bahkan ditafsirkan marah

### **2.2.5 Hambatan Komunikasi**

Komunikasi tidak selalu berjalan lancar secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang benar-benar efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Hambatan dapat

diartikan sebagai halangan atau rintangan yang dialami. Efektivitas komunikasi salah satunya akan sangat tergantung kepada seberapa besar hambatan komunikasi yang terjadi. Didalam setiap kegiatan komunikasi, sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan.

Hambatan dalam kegiatan komunikasi yang manapun tentu akan mempengaruhi efektivitas proses komunikasi tersebut. Karena pada pada komunikasi massa jenis hambatannya relatif lebih kompleks sejalan dengan kompleksitas komponen komunikasi massa. Dan perl diketahui juga, bahwa komunikasi harus bersifat heterogen.

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi, Sebagai Berikut :

a) Gangguan (Noise)

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

b) Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi

juga menentukan daya tanggap. Perasaan, pikiran dan tingkah laku kita merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

c) Motivasi terpendam

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

d) Prasangka

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

## **2.2.6 Komunikasi Organisasi**

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2001:

31-32) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Ruliana, 2014: 17-18).

Frank Jefkinse menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah bentuk komunikasi yang diarahkan ke dalam dan ke luar (dimaksudkan untuk pihak organisasi dan publik sebagai sasaran tujuan). Pace dan Feules berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah penunjukkan dan penafsiran suatu pesan di antara unit-unit komunikasi dari organisasi yang bersangkutan. Sedangkan Devito menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah usaha pengiriman dan penerimaan pesan di dalam organisasi melalui kelompok formal dan informal.

Dengan merujuk dari mengenai komunikasi dan organisasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah pengaturan dan penyusunan bagian tertentu hingga menjadi satu kesatuan, sehingga menjadi satu kesatuan yang teratur dan gabungan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program.

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi berikut  
*“organizational communication is the process of creating and exchanging message*

*within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*". Atau dengan kata-kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Thayer menggunakan pendekatan sistem secara umum dalam memandang komunikasi organisasi. Dia mengatakan komunikasi organisasi sebagai arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Dia memperkenalkan tiga sistem komunikasi dalam organisasi yaitu : (a) berkenaan dengan organisasi; (b) berkenaan dengan pengaturan organisasi seperti perintah-perintah, aturan-aturan, dan petunjuk-petunjuk; (c) berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi. Yang termasuk bagian ini di antara lain hubungan dengan personal dan masyarakat, pembuatan iklan dan latihan.

### **2.2.7 Komponen Komunikasi Organisasi**

Dalam proses komunikasi organisasi, ada beberapa komponen yang penting untuk diperhatikan. Adapun komponennya adalah sebagai berikut:

1. Jalur komunikasi internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horizontal, serta jaringan.
2. Induksi, antara lain orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijaksanaan prosedur, serta keuntungan para karyawan.
3. Saluran, antara lain media elektronik (email, internet), media cetak (memo, surat menyurat, bulletin) dan tatap muka.
4. Rapat, antara lain *briefing*, rapat staf, rapat proyek dan dengar pendapat umum.
5. Wawancara, antara lain seleksi, tampilan kerja dan promosi karier.



### 2.2.8 Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz, dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu, Liliweri (2013:372-373) mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
2. Membagi informasi.
3. Menyatakan perasaan dan emosi.
4. Melakukan koordinasi.

### 2.2.9 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Lili Weri (2014: 373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus. Di bawah ini akan dijabarkan dua fungsi tersebut.

#### A. Fungsi umum

1. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan (*job description*).
2. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh *public relation*, pameran, ekspo dan lain-lain.
3. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan pada karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual”

atau yang diceritakan orang lain tentang organisasinya.

4. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode, dan teknik dalam organisasi.

#### B. Fungsi khusus

1. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.
2. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
3. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Sehingga dengan fungsi organisasi di atas, Charles Conrad (1985) juga menyatakan ada dua fungsi komunikasi organisasi, yaitu fungsi komando dan fungsi relasi yang mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang kurang menentu.

#### C. Fungsi komando

1. Mengarahkan dan membatasi tindakan.
2. Menangani dan memelihara tampilan yang dekat melalui umpan balik.
3. Menggunakan publikasi dan intruksi.

#### D. Fungsi Relasi

1. Menciptakan dan melanjutkan sifat impersonal dalam organisasi.
2. Membuat koordinasi antarunit kegiatan.
3. Menentukan dan mendefinisikan peran organisasi.

#### 2.2.10 Jenis Jenis Komunikasi

Komunikasi yang terjadi dapat dikelompokkan berdasar beberapa jenis.

Berdasarkan arahnya, komunikasi yang terjadi bisa berbentuk :

1. Komunikasi ke bawah, komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya.
2. Komunikasi ke atas, ketika bawahan memberikan umpan balik pada atasan, atau komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya
3. Komunikasi lateral, komunikasi horizontal sesama anggota dalam kelompok. Komunikasi ini digunakan untuk mempermudah terjadinya koordinasi di antar kelompok sehingga tidak terjadi tumpang tindih pelaksanaan tugas di antara anggota. (Bismala, 2015: 152).

Dari aspek penyampaian, maka komunikasi dibedakan menjadi :

1. Komunikasi verbal, yaitu komunikasi yang pesan-pesannya disampaikan dengan memakai kata-kata yang dapat dimengerti baik berupa tulisan maupun lisan.
2. Komunikasi non verbal, yaitu komunikasi yang pesan-pesannya disampaikan melalui symbol, isyarat atau perilaku tertentu, seperti bahasa tubuh. (Bismala, 2015: 153).

### **2.2.11 Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi**

Komunikasi yang terjadi di antara berbagai pihak tidak selalu dapat berjalan mulus tanpa batasan. Pada beberapa kasus, pesan seringkali gagal disampaikan/dipahami, atau bahkan dipahami secara berbeda oleh penerima pesan. Hambatan-hambatan dalam komunikasi ini meliputi:

#### **A. Hambatan Teknis**

Hambatan teknis yaitu hambatan yang muncul karena keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Jenis hambatan teknis dalam komunikasi meliputi:

1. Tidak adanya rencana atau prosedur kerja yang jelas
2. Kurangnya informasi atau penjelasan
3. Kurangnya keterampilan membaca
4. Pemilihan media/ saluran yang kurang tepat.

#### **B. Hambatan Semantik**

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau idea secara efektif, yang diungkapkan lewat bahasa. Kata-kata membantu proses pertukaran timbal balik arti dan pengertian (komunikator dan komunikan), tetapi seringkali proses penafsirannya keliru.

#### **C. Hambatan Manusiawi**

Hambatan manusiawi terjadi karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan atau ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat panca indera seseorang, dan lain-lain. Hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia meliputi:

1. Perbedaan persepsi, perbedaan umur, perbedaan keadaan emosi, keterampilan mendengarkan, perbedaan status, pencairan informasi, penyaringan informasi.

2. Hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi. Suasana iklim kerja dapat mempengaruhi sikap dan perilaku staf dan efektifitas komunikasi organisasi.

### **2.2.12 Pola Komunikasi**

Pola komunikasi adalah cara seseorang individu atau kelompok itu berkomunikasi. Pola komunikasi dalam tulisan ini adalah cara kerja suatu kelompok ataupun individu dalam berkomunikasi yang didasarkan pada teori-teori komunikasi dalam menyampaikan pesan atau mempengaruhi komunikan.

Pemahaman tentang pola ini dapat kita ilustrasikan seperti ketika kita akan membuat baju. Ketika seseorang akan membuat baju dia akan membuat pola atau sering disebut pattern, pola ini bersifat fleksibel dan mudah diubah.

Pola ini yang akan menentukan bentuk dan model sebuah baju, kemudian setelah melalui beberapa proses, akhirnya dari sebuah baju itu akan kelihatan dan model sebenarnya akan terlihat jelas.

Dari ilustrasi di atas, pola komunikasi dapat dipahami dari suatu komunikasi yang bersifat fleksibel dan mudah diubah. Pola ini sangat dipengaruhi oleh simbol-simbol bahasa yang digunakan dan disepakati oleh kelompok tertentu.

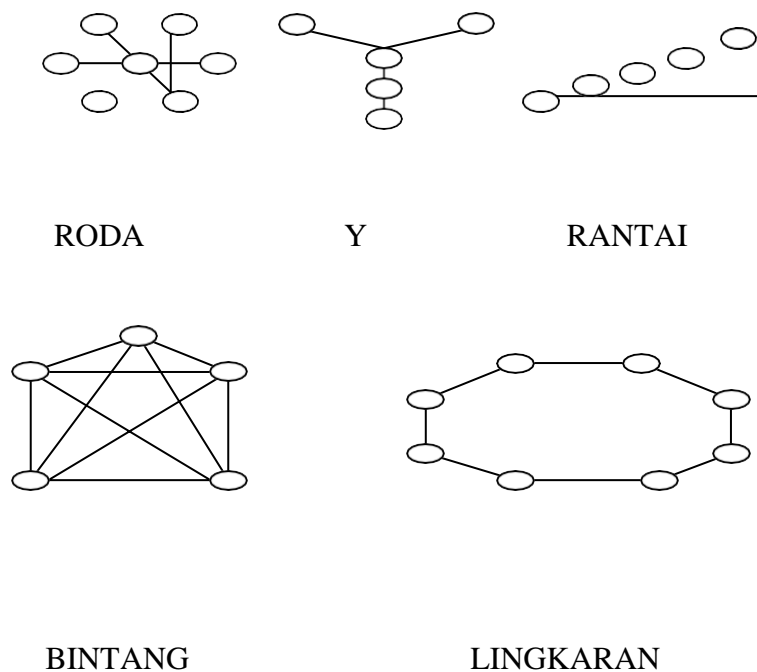
### **2.2.13 Pola Komunikasi Organisasi**

Dewasa ini, di mana penyampaian informasi bisa dipahami dan dapat mengalir begitu cepat. Apabila suatu hambatan yang terjadi sangat singkat sekalipun dalam proses komunikasi organisasi yang bergerak cepat dapat menyebabkan kerugian besar karena hilangnya *output*. Yang pada dasarnya diperlukan bukanlah informasi yang lebih banyak, tetapi informasi yang akurat serta relevan. Dengan begitu, informasi dalam sebuah komunikasi organisasi perlu pertimbangan bersama agar pengambilan keputusan berjalan lebih efektif.

pola komunikasi organisasi adalah suatu bentuk komunikasi yang digunakan dalam suatu organisasi, bagaimana menyampaikan informasi ke semua bagian dalam organisasi serta bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi tersebut. Pengertian pola disini merupakan saluran yang digunakan untuk melanjutkan pesan dari satu orang ke orang lain. Peran individu didalam organisasi bisa di tentukan oleh bagaimana hubungan antar satu individu dengan individu lainnya.

Yang kemudian hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dan jaringan komunikasi. Secara umum ada beberapa pola ataupun struktur komunikasi dalam organisasi, yaitu antara lain: bentuk roda, Y, lingkaran, rantai, dan informasi untuk semua arah menurut Joseph A. Devito (*Abdullah Masmuh*, 2008: 56) Secara rinci akan dibahas sebagai berikut:

Gambar 2.1



### 1. Pola Roda

Pola roda adalah suatu pola komunikasi dengan dua saluran, yang di mana setiap

pegawai akan mengirim dan menerima pesan kedalam pusat komunikasi, dan pusat komunikasi pula akan menerima serta menyalurkan informasi yang diterimanya. Pada contoh bentuk pola roda ini, biasanya atasan merupakan pusat komunikasi, ia bisa mengirimkan informasi ke semua bawahannya.

Kemudian masing-masing bawahan bisa mengirimkan pesan jaringan yang menggambarkan situasi di mana kedua anggota pada bagian ujung rantai hanya bisa berkomunikasi dengan orang ada di antara mereka dan orang yang berada di pusat. Dengan demikian, kedua orang yang berada di tengah-tengah mengirimkan informasi ke atas.

## 2. Pola Y

Pada pola Y ini pusat komunikasi tidak dapat berkomunikasi langsung dengan seluruh individu, tetapi ada individu yang komunikasinya harus melalui individu lain.

## 3. Pola Rantai (Chain)

Pola rantai hampir sama dengan pola lingkaran, hanya saja di sini ada dua individu yang berada di akhir jaringan, sehingga hanya dapat mengirim dan menerima pesan dari satu posisi.

## 4. Pola Lingkaran

Pola komunikasi lingkaran merupakan pola yang memungkinkan masing-masing individu untuk mengirim informasi ke sebelah kiri atau ke sebelah kanannya. Namun demikian individu tidak dapat mengirim dan menerima pesan secara langsung ke seluruh orang.

## 5. Pola Bintang

Pada pola bintang, semua individu pada semua posisi dimungkinkan untuk mengirim dan menerima pesan ke segala arah. Jaringan, struktur, pola ini digunakan untuk menentukan tipe interaksi antara individu dalam instansi.

Menurut Max Weber, terdapat faktor yang mempengaruhi organisasi formal menentukan pola komunikasinya, beberapa faktor tersebut adalah sebagai berikut;

a) Adanya Hubungan dengan Pemerintah Hubungan antara organisasi dengan Pemerintah mempengaruhi pola komunikasi organisasi. Sebagai contoh organisasi pemerintahan yang setiap birokrasinya dijalankan dengan ketentuan Pemerintah Pusat. Hal itulah yang mengakibatkan organisasi atau lembaga pemerintahan menerapkan pola komunikasi organisasi formal.

b) Adanya Sistem Monitoring dari Pimpinan Sistem monitoring dari pimpinan juga turut menjadi faktor pola komunikasi diterapkan di suatu organisasi. Monitoring dan controlling menunjukkan adanya bentuk kekuasaan yang mutlak dan otoritas penuh dari pimpinan kepada bawahan.

c) Media yang digunakan dalam Organisasi Faktor lain yang tidak kalah penting dalam hal pembentukan pola komunikasi organisasi adalah pemilihan media dalam proses komunikasi. Apabila media yang digunakan bersifat fleksibel atau dapat digunakan sebagai wadah bagi seluruh anggota organisasi, maka pola yang diterapkan menjadi fleksibel pula.

d) Bentuk dan Tipe Organisasi Faktor terakhir yang menjadi penyebab diberlakukannya pola komunikasi organisasi adalah bentuk dan tipe organisasi. Sebagai contoh apabila suatu organisasi berbentuk formal, maka pola komunikasi organisasinya juga menggunakan sistem formal yaitu prosedural dan menonjolkan hirarki. Dengan mengacu pada beberapa pola komunikasi organisasi di atas, terdapat suatu kesimpulan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan di setiap organisasi bersifat berbeda-beda. Dan hal ini dipengaruhi oleh hubungan dengan pemerintah, adanya monitoring dan controlling, tipe organisasi, dan media komunikasi organisasi .



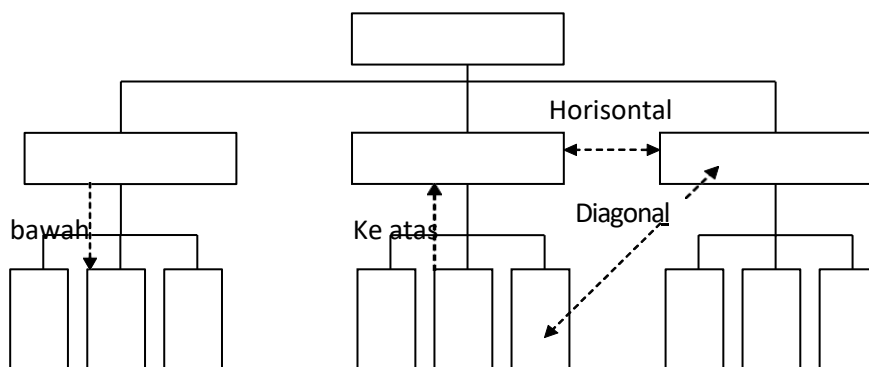
### 2.2.14 Pola Alliran Informasi Dalam Organisasi

Aliran informasi dalam organisasi merupakan salah satu proses penguatan system manajemen yang sangat berpengaruh dalam sebuah organisasi. Aliran informasi suatu keharusan yang perlu dijaga dan dirancang dalam sebuah organisasi untuk membina dan mengembangkan organisasi yang teguh dan terkontrol secara baik. (R. Wayne Pace, 2013: 170)

Dengan kata lain aliran informasi atau, adalah proses dimana informasi yang tepat disampaikan pada orang yang tepat, pada waktu yang diinginkan. Pendistribusian informasi dalam organisasi adalah cara-cara untuk memperoleh informasi dan berbagi informasi.

Dalam organisasi yang efektif, komunikasi mengalir ke berbagai arah, tetapi banyak bukti bahwa masalah akan timbul apabila hanya bentuk komunikasi seperti itu yang ada. **Peter F. Drucker** mengemukakan bahwa komunikasi harus dimulai dengan penerima, karena banyak kesamaan antarjenis arus komunikasi maka dibagi menjadi sebagai berikut:

Gambar 2.2



1. Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah, yaitu: Arus informasi yang mengalir dari orang-orang tingkat atas ke tingkat bawah.

#### 2. Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas, yaitu: Arus informasi yang mengalir berasal dari bawah kepada atasan dan berlanjut terus ke atas.

#### 3. Komunikasi ke samping

Komunikasi ke samping, yaitu: Arus informasi yang mengalir berasal dari orang-orang dalam tingkatan yang sama.

#### 4. Komunikasi bersilang

Komunikasi bersilang, yaitu: Arus informasi antara orang-orang pada tingkat organisasi yang sama, digunakan untuk mempercepat upaya-upaya dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

#### 5. Komunikasi tulisan

Komunikasi tulisan, yaitu: Arus informasi yang mempunyai kelebihan menyediakan catatan, referensi, dan mempersiapkan pesan dengan seksama dengan cara pengiriman secara massal.

#### 6. Komunikasi lisan

Komunikasi lisan, yaitu: Arus informasi berbentuk pertemuan tatap muka antara dua orang (atasan dengan bawahan).

#### 7. Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal, yaitu arus informasi menggunakan ekspresi wajah, gerakan tubuh dan komunikasi nonverbal menopang komunikasi lisan/verbal.

### **2.2.15 Jaringan Komunikasi**

Jaringan merupakan sebuah situasi yang terstruktur di mana orang-orang menyampaikan pesan informasi dalam suatu pola tertentu. yang menjadi dasar gagasan

yang sangat penting tentang jaringan adalah “keterhubungan” atau “keterkaitan” (connectedness) yaitu ide bahwa terdapat jalur komunikasi yang relatif stabil di antara individu-individu anggota organisasi. Setiap individu yang saling berkomunikasi satu dengan lainnya akan terhubung bersama-sama ke dalam kelompok-kelompok yang pada gilirannya kelompok-kelompok itu akan saling berhubungan dan membentuk jaringan keseluruhan.

Setiap orang memiliki seperangkat hubungan yang unik dengan orang lain yang disebut “jaringan personal” (personal network). Dengan kata lain, jaringan personal seseorang merupakan hubungan yang seseorang itu miliki di antara banyak hubungan lainnya dengan siapa orang tersebut berkomunikasi dalam suatu organisasi, dan jaringan personal tersebut tidak akan persis sama dengan jaringan personal yang dimiliki rekan sejawat lainnya. Jaringan dalam kelompok (group network) terbentuk dikarenakan individu cenderung lebih sering berkomunikasi dengan anggota organisasi tertentu lainnya. Pada dasarnya organisasi terbentuk dari kelompok-kelompok yang lebih kecil yang saling terhubung bersama-sama di dalam kelompok-kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (organizational network).

Suatu jaringan juga bisa dicirikan melalui sejumlah kualitas yang dimilikinya dan juga dengan melihat bermacam variabel yang terkait dengan keterhubungan berbagai individu dalam jaringan komunikasi tersebut. Dalam hal ini, kita juga bisa melihat pada fungsi jaringan, tingkat keterhubungan, sentralitas atau desentralitas, dan derajat pemisahan.

#### 1. Fungsi

Dalam suatu organisasi jaringan tidak pernah terdiri dari hanya satu jaringan, tetapi terdapat banyak jaringan yang saling bertumpang tindih. Namun, walaupun sebagian besar jaringan bersifat multifungsi (multiplex), tetapi jaringan pada umumnya lebih

berkonsentrasi atau lebih terfokus pada satu fungsi tertentu dibandingkan fungsi-fungsi lainnya. Misalnya, seseorang mungkin menemukan jaringan yang lebih menggunakan pendekatan kekuasaan atau pengaruh, sering kali dinamakan jaringan kewenangan atau instrumental (misal organisasi militer). Ataupun ada jaringan lain lebih menggunakan afiliasi atau persahabatan (misalnya organisasi pecinta alam), informasi, produksi, dan inovasi.

## 2. Jaringan Keterhubungan

Kualitas lain adalah keterhubungan (connectendness), yang merupakan rasio antara hubungan yang sebenarnya dengan kemungkinan hubungan. Jaringan yang memiliki keterhubungan tinggi merupakan jaringan yang kuat dan dekat. Jaringan semacam ini bisa memasukkan banyak pengaruh kedalam hubungan dengan membangun norma-norma bagi pikiran serta perilaku. Misalnya, seseorang akan merasa lebih dekat dan lebih terpengaruh dengan rekan-rekannya di kantor dibandingkan dengan tetangga mereka.

## 3. Sentralitas dan Desentralitas

Sifat lain jaringan adalah sentralitas atau juga derajat keterhubungan antara individu dan kelompok. organisasi yang sangat sentralistis memiliki garis hubungan dimulai dari kelompok hingga sejumlah pusat hubungan. Sistem desentralisasi memiliki keterhubungan lebih besar di antara para anggota secara keseluruhan, dan tidak ada kelompok yang mengontrol hubungan tersebut. Jika kita harus selalu terhubung dengan satu kelompok kecil individu setiap kali kita membutuhkan sesuatu, maka kita tidak akan terhubung secara kuat dengan anggota organisasi lainnya. Sebaliknya, jika kita memiliki kebebasan untuk berhubungan dengan siapa saja, maka kita akan terhubung dengan organisasi secara keseluruhan.

## 4. Derajat Pemisahan

Derajat Pemisahan (degrees of separation) merupakan jumlah hubungan yang terdapat antara satu orang dengan orang lain. Misalnya, ketika ingin bertemu dengan seseorang, namun tidak tahu dimana orang itu berada dan juga tidak tahu bagaimana cara menghubunginya. Dalam hal ini, seseorang bertanya kepada sejumlah orang yang membantu dapat mengetahui keberadaan orang yang dicari tersebut. Setelah bertanya kepada empat orang, barulah dapat menemuinya. Dalam hal ini, derajat pemisahan yang dibutuhkan adalah sebanyak empat hubungan, yaitu jumlah hubungan yang dibutuhkan untuk dapat menemui orang yang dicari. (Morissan, 2009:53)

### **2.2.15 Media Komunikasi**

Media berasal dari bahasa latin, yakni medius yang secara harfiahnya memiliki arti tengah, pengantar, atau perantara. Kata tengah itu sendiri berarti berada diantara dua sisi, maka disebut perantara. Karena posisinya yang berada ditengah maka bisa disebut juga sebagai pengantar atau penghubung. (R. Wayne Pace, 2013: 149)

Komunikasi formal dalam organisasi dapat menggunakan media komunikasi agar pesan yang disampaikan lebih efisien. Ada banyak media yang bisa dipakai untuk berkomunikasi dalam organisasi, namun secara garis besar media komunikasi organisasi terbagi menjadi media elektronik dan media non elektronik.

Media komunikasi elektronik yang biasa digunakan dalam organisasi adalah:

1. Telepon, media ini paling sering digunakan karena paling mudah dan informasi yang disampaikan dapat disampaikan secara lebih jelas.
2. E-mail, media ini biasanya digunakan untuk mengirim data baik dengan kapasitas besar atau kecil secara cepat walau dari jarak jauh.
3. Group dalam media online, media ini biasanya digunakan untuk menyampaikan

informasi dengan jumlah penerima lebih dari satu dan dapat diterima secara bersamaan.

Sedangkan media komunikasi non elektronik yang biasa digunakan dalam organisasi diantaranya adalah:

1. Rapat.

Rapat adalah media komunikasi yang didalamnya melibatkan khalayak dalam jumlah banyak. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi.

2. Surat

Merupakan media penyampaian informasi secara tertulis, dapat berupa surat konvensional maupun surat elektronik. Surat menyurat merupakan salah satu kegiatan penting diperusahaan. Banyak informasi yang keluar masuk perusahaan melalui media surat, karena surat merupakan media komunikasi yang efektif apabila yang terkait tidak dapat berhubungan secara langsung atau lisan.

3. Memo dan Instruksi Tertulis

Memo dan instruksi tertulis merupakan media yang banyak digunakan oleh organisasi. Memo adalah catatan singkat yang dapat diketik maupun ditulis dengan tangan. Pesan yang disampaikan dapat ditujukan kepada bagian atau karyawan lain dalam organisasi.

4. Papan Pengumuman dan Poster Papan

Pengumuman dan Poster memiliki fungsi menyampaikan informasi yang menyangkut sejumlah besar karyawan dan ditujukan untuk banyak karyawan. Biasanya informasi yang disampaikan meliputi peringatan tentang cara bekerja yang efisien dan menjamin keamanan kerja serta tersedianya peralatan keamanan, dll.

## 5. Kotak Saran

Media ini memiliki fungsi menyediakan data yang cukup memadai untuk mendorong produktivitas dan menjamin kepuasan kerja karyawan. Media ini biasanya digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai pertanyaan, keluhan, dan komentar dari karyawan. Penyampaian informasi melalui media komunikasi formal dapat berbentuk lisan maupun tertulis atau bersifat satu arah dan dua arah. Penggunaan media tidak memiliki ketentuan yang tetap, namun tergantung dari anggota organisasi ingin menggunakan media apa sesuai kesepakatan dan kebutuhan para anggota.

### 3.2 Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan jenis teori organisasi yaitu Teori Pengorganisasian oleh Karl E. Weick yang menunjukkan bahwa fenomena tertentu (seperti organisasi) diciptakan oleh apa yang dibicarakan atau aktivitas komunikasi. Karl E. Weick secara luas dianggap sebagai salah satu pemikir paling berpengaruh dalam generasinya di bidang studi organisasi. Melalui presentasi dan tulisan-tulisannya, ia telah sangat mempengaruhi bagaimana teori organisasi dipelajari dan diajarkan.

Teori ini menggunakan komunikasi sebagai sebuah dasar bagi pengorganisasian manusia dan memberikan sebuah pemikiran untuk memahami bagaimana manusia berorganisasi. Organisasi bukanlah susunan yang terbentuk oleh posisi dan peranan, tetapi oleh aktivitas komunikasi. Aktivitas organisasi secara langsung merujuk pada menyusun level kata yang pasti. Organisasi mencoba untuk mentransformasi informasi ambigu dalam derajat khusus yang dapat bekerja dan dapat menyesuaikan.

Teori pengorganisasian ini menyebutkan bahwa komunikasi adalah dasar human organizing dan memberikan pemahaman rasional bagaimana mengorganisir orang. Secara singkat teori ini berpendapat bahwa organisasi memiliki karakteristik kompleksitas dan

perubahan lingkungan yang dipersepsikan manajemen secara kolektif. Saat manusia berkomunikasi untuk mengurangi ketidakpastian, mereka menjalankan sebuah rangkaian siklus perilaku (behavior cycle) – atau kebiasaan yang memungkinkan kelompok menjelaskan segala sesuatunya. Dalam sebuah siklus perilaku, tindakan anggota diatur oleh aturan. Tindakan (assembly rules) yang menuntun pilihan kebiasaan yang digunakan untuk menyelesaikan proses yang sedang dijalankan (pembuatan, pemilihan, atau penyimpanan). Aturan-aturan tersebut merupakan kriteria dimana anggota organisasi memutuskan apa yang harus dilakukan untuk mengurangi kesamaran/ketidakpastian.

Elemen-elemen dasar dari Teori Pengorganisasian Weick yaitu lingkungan, kesamaran, pembuatan, pemilihan, penyimpanan, titik pilihan, siklus perilaku, dan aturan tindakan. Konsep organisasi dari teori ini mengatakan bahwa organisasi adalah sebuah urutan peristiwa yang terjalin secara bersama-sama dan berlangsung dalam kawasan yang nyata. Jadi penekanan dalam teori ini terletak pada aktivitas dan proses, “bagaimana organisasi tersebut bertindak dan tampil ditentukan oleh struktur yang ditetapkan oleh pola perilaku yang saling bertautan”. Perilaku seseorang yang bertautan dalam hal ini merupakan kondisi dari berfungsinya sebuah organisasi tersebut. Teori ini juga menyebutkan tidak adanya pemisah yang tajam antara organisasi dengan lingkungan. Para anggota organisasi tidak hanya berkreasi tetapi mereka membuat lingkungan mereka melalui interaksi dan pencipta makna. Dalam sistem yang dipahami Weick, benda-benda berada pada keadaan yang berubah secara terus-menerus (evolusi). Weick melangkah lebih jauh daripada umumnya teoritis sistem dengan menyatakan bahwa organisasi tidak hanya berinteraksi dengan lingkungan mereka, tetapi organisasi ini menciptakan lingkungan tersebut. Weick beranggapan bahwa organisasi berada dalam sebuah lingkungan, bukan hanya lingkungan fisik, tetapi lingkungan informasi (information environment). Lingkungan informasi tersebut mengharuskan sebuah organisasi menjalankan komunikasi sesama anggotanya. Komunikasi adalah implikasi utama dari sebuah organisasi,



karena dari proses komunikasi maka pandangan, perilaku

perilaku yang saling bertautan, intelegensi, dan kemampuan anggota organisasi mengalami suatu proses yang menghasilkan sebuah lingkungan yang mengorganisasikan aktivitas mereka. Sebuah implikasi menurut tori in yang sesuai dengan komunikasi organisasi adalah satu diantaranya yaitu mengelola makna, yang berarti memandang organisasi anda sebagai sebuah himpunan prosedur untuk berdebat dan menafsirkan.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka piker merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang didefinisikan sebagai masalah yang penting. Teori adalah konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan peneltian (Sugiyono 2014 : 55). Oleh karena itu, perlu dibangun kerangka teoritis yang memuat gagasan-gagasan pokok untuk memperjelas isu-isu yang beredar. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengemukakan beberapa teori akan menjadi landasan ideologis pada penelitian ini dalam bagan berikut :

**Gambar 2.1 : Bagan Kerangka Pikir**

