

**KEPUASAN DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS KERJA KARYAWAN PT. PLN
(Persero) WILAYAH I SUMUT.**

SKRIPSI

Oleh :

MISDAR BR BRUTU

1403110061

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Hubungan Masyarakat



**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA=UTARA**

MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : **MISDAR BR BRUTU**
NPM : 1403110061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **KEPUASAN DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS KERJA
KARYAWAN PT. PLN (Persero) WILAYAH 1 SUMUT.**

Medan, 22 April 2018

Pembimbing

LUTFI BASIT, S.Sos., M.LKom

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom

Plt. Dekan

Dr. RUDANTO, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **MISDAR BR BRUTU**

NPM : 1403110061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : Kamis, 22 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP**

PENGUJI II : **Dr. ARIFIN SALEH, M.SP**

PENGUJI III : **LUTFI BASIT, S.Sos, M.LKom**

PANITIA UJIAN

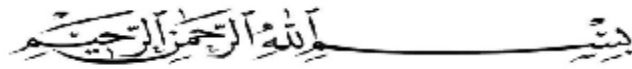
Ketua

Dr. RUDIANTO, M.Si

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.LKom

PERNYATAAN



Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya **Ria Ananda Putri, NPM 1403110096**, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang dalam undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan satu imbalan atau menjiplak dan mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus di hukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat dan jiplakan orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding dan menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 12 April 2018

Yang Menyatakan

Ria Ananda Putri

ABSTRAK

KEPUASAN DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS KERJA KARYAWAN PT. PLN (Persero) WILAYAH I SUMUT

MISDAR BR BRUTU
1403110061

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut. Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu memberikan gambaran atau penjelasan mengenai, dalam meningkatkan kualitas para karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut, kualitas kerja yang baik memerlukan dukungan dari data yang benar, informasi yang benar, dan pengetahuan. Komunikasi dalam organisasi merupakan aktivitas yang selalu hadir, karena komunikasi adalah sarana yang digunakan para karyawan, baik secara formal maupun informal, untuk berdiskusi, bertukar pikiran, membuat laporan kepada pimpinan, memberikan arahan kepada bawahan dan sebagainya. Di dalam organisasi selalu terdapat bentuk kepemimpinan yang merupakan masalah penting untuk kelangsungan hidup kelompok, yang terdiri dari pimpinan dan bawahan. Komunikasi peminanan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada organisasi atau perusahaan yang dipimpinnya, sehingga hal tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memotivasi karyawan yang akan berdampak positif pada kinerja karyawan dalam pencapaian kepuasan. Maka perusahaan berperan penting didalamnya, karyawan akan merasa bangga bila setiap kerja yang dilakukan dalam perusahaan mendapat dukungan penuh tanpa ada keterpaksaan dari pihak mana pun, Untuk menganalisis data-data yang telah dikumpulkan, maka penulis menggunakan teknik analisis data yang bersifat kualitatif dengan cara menganalisis pernyataan dari hasil wawancara yang diperoleh dari informan. Narasumber yang diperlukan dalam peneiltian ini terdiri dari 3 orang yakni karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan di PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut, keterbukaan pada seluruh karyawan tanpa ada yang ditutup-tutupi serta dukungan dari perusahaan akan membuat karyawan semakin termotivasi. Maka dengan adanya semangat, disiplin kerja, prestasi yang diberikan perusahaan membuat kualitas kerja karyawan semakin meningkat.

Kata kunci : kepuasan, komunikasi, organisasi, kualitas kerja

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, pertama sekali penulis mengungkapkan puji syukur kepada Allah SWT, karena Atas Limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulis skripsi ini yang berjudul kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut. Sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh kesempurnaan. Untuk ini penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan berikutnya.

Dalam penyusunan hingga penyelesaian sripsi ini, penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta Harianto Berutu dan Nurhayati yang penulis sangat sayangi yang dengan kasih sayang dan keihklasan memberikan dukungan serta motivasi baik moril maupun materil kepada penulis dan sangat hanya bisa membalasnya dengan memanjatkan doa kehadiran Allah SWT, semoga kelak penulis menjadi orang yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.
2. Bapak DR. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Rudianto, M.Si selaku Dekan plt Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Lutfi Basith, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Junaidi, S.Pdi. M.Si. selaku dosen penanggung jawab pada saat seminar proposal yang telah memberikan masukan dan kritik terhadap penelitian yang telah penulis lakukan.
7. Seluruh dosen dan Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Adik kandung penulis Lasmian Berutu, Romaida Br Berutu dan Kelleng Br Berutu, sepupu dan seluruh keluarga besar penulis terkhusus buat kak Riska Juliana Sinaga SE. senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan penulis.
9. Terima kasih Kepada Bapak Rudi Artono dan Ibu Fachrunnisa serta seluruh Staff dan Karyawan yang sudah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Buat seluruh teman-teman seperjuangan FISIP UMSU 2014 dan Kelas IKO HUMAS B Sore, yang tidak bisa disebut satu persatu, semoga kelak menjadi orang yang berguna bagi nusa, bangsa dan agama.
11. Buat seluruh kost kece yang telah memberikan penulis motivasi dan semangat selama menyelesaikan pendidikan dibangku kuliah ini buat

kak Minda juwita Sembiring S.Pd, Emma Hidayati Utami Rambe S.Pd, Sruni Yulianti S.I.Kom, Zaisah Musdianita siregar S.Pd.

12. Buat sahabat penulis, Niki Ade Riski, Annisa Andriana, Delina Fitri, Minar Septiana, Sariana Sembiring, Eky Nusantari, Diana Annisyah, Melati Kuntarsi, Fadila, Tiara, Ria Ananda, Jumaida Herliana, Dhara suci beserta yang belum disebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal dan mendapat balasan yang setimpal dan di Ridoi Allah SWT. *Aamiin ya Robbal 'Alamin.*

Medan, 08 Maret 2018

Penulis

Misdar Br Brutu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat	6
E. Sistematika	6

BAB II URAIAN TEORITIS

1. Komunikasi	
1.1 Pengertian Komunikasi	8
1.2 Unsur-unsur Komunikasi	11
1.3 Fungsi komunikasi	17
1.4 Model komunikasi.....	22
1.5 Strategi Komunikasi.....	24
1.6 Pesan	31
2. Persepsi	34
3. Peran Dalam Komunikasi	35
4. Komunikasi Organisasi	41

5. Komunikasi Publik.....	44
6. Kepuasan komunikasi organisasi	45

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitia.....	49
2. Kerangka Konsep	50
3. Definisi Konsep.....	51
4. Kategorisasi.....	52
5. Narasumber	56
6. Teknik Pengumpulan Data.....	56
7. Teknik Analisis Data.....	58
8. Lokasi dan Waktu Penelitian	60

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian	64
B. Pembahasan.....	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita sebagai makhluk sosial. Karena melalui komunikasi, kita dapat bertukar pikiran dan perasaan dengan sesama, sehingga terjadi suatu hubungan yang harmonis. Setiap orang berkomunikasi dengan orang lain guna mencapai tujuan yang sama, yaitu menyampaikan pesan kepada orang lain, sehingga tercipta kesamaan makna. Begitu juga bagi organisasi, komunikasi merupakan salah satu unsur terpenting bagi kelangsungan sebuah organisasi selain itu, komunikasi juga merupakan alat atau sarana bagi organisasi untuk dapat saling memahami antar semua anggotanya. Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil.

Organisasi dapat dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antar semua pihak internalnya terjalin harmonis. Dalam sebuah organisasi, yaitu komunikasi vertikal, merupakan komunikasi yang terjalin antar sesama rekan kerja. Di dalam organisasi, setiap orang memiliki tugas, fungsi serta jabatan yang berbeda. Sehingga, komunikasi yang baik antar semua pihak sangat diperlukan, guna menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi yang terjalin harmonis dalam suatu organisasi akan memudahkan anggotanya untuk mengkoordinasikan setiap kegiatan keorganisasian. Maka dari itu, sebuah organisasi atau instansi sangat membutuhkan komunikasi bagi

kelangsungan organisasi tersebut. Selain itu, komunikasi organisasi juga dapat digunakan sebagai tolak ukur dari keefektifan kerja fungsional suatu organisasi. Hal ini dapat dilihat dari faktor kepuasan para pegawai terhadap segala aspek komunikasi yang terjalin dalam organisasi tersebut.

Kepuasan terhadap komunikasi organisasi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh setiap organisasi atau instansi. Karena, setiap pegawai yang menjalankan aktivitas-aktivitas di dalam sebuah organisasi merupakan seorang individu yang memiliki kebutuhan bermacam-macam, serta selalu berusaha untuk memuaskan kebutuhannya tersebut. Kepuasan komunikasi organisasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsikan lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Kepuasan dalam pengertian ini menunjukkan kepada bagaimana baiknya informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskan, bagaimana diterima, diproses dan apa respon orang yang menerima. Kepuasan komunikasi adalah satu fungsi dari apa yang seorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan. Kepuasan terhadap kebutuhan akan membantu para pegawai dalam menjalankan setiap aktivitasnya dengan baik.

Kepuasan dalam hal ini dapat berhubungan dengan kenyamanan seseorang terhadap suatu organisasi. Kenyamanan dalam hal ini mencakup kenyamanan dengan pesan-pesan, baik dari atasan kepada bawahan maupun sebaliknya, media yang digunakan untuk menyebarkan informasi, serta hubungan-hubungan yang terjalin dalam organisasi. Kepuasan juga berhubungan dengan kebutuhan seseorang akan informasi yang cukup seputar pekerjaannya, informasi seputar organisasi, serta komunikasi harmonis baik secara vertikal maupun horizontal.

Selain itu, dalam upaya untuk mencapai suatu keberhasilan, maka kepuasan komunikasi merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan. Sebab, kepuasan komunikasi merupakan hasil dari sejumlah proses yang bersifat internal dan eksternal.

Terkait pada usaha untuk mencapai keberhasilan sebuah organisasi, bukan semata-mata ditentukan oleh faktor komunikasinya saja. Para pegawai juga merupakan salah satu aset terpenting yang turut serta berperan dalam upaya pencapaian tujuan organisasi, yaitu terwujudnya visi dan misi dari organisasi, dari organisasi tersebut. Dikarenakan sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah organisasi, maka organisasi membutuhkan para pegawai yang berkualitas serta memiliki kinerja yang memuaskan. Maka dari itu, sebuah organisasi harus mampu mengelola sumber daya manusianya agar dapat bekerja dengan baik dan memuaskan, sehingga tujuan dari organisasi dapat terwujud.

Setiap pegawai yang menjalankan aktivitas-aktivitas dalam sebuah organisasi merupakan individu yang memiliki kebutuhan bermacam-macam, serta selalu berusaha untuk memuaskan kebutuhannya tersebut. Kebutuhan pribadi yang dimiliki oleh setiap pegawai secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap organisasi. Kepuasan akan kebutuhan tersebut akan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku para pegawai. Hal ini secara tidak langsung akan berdampak pada kinerja para pegawai dalam menjalankan setiap aktivitasnya dengan baik. Jika para pegawai merasa puas terhadap komunikasi yang terjalin dalam sebuah organisasi, maka diharapkan hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap

kinerja para pegawai. Kepuasan terhadap komunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti dipercaya, sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.

Proses komunikasi serta kepuasan komunikasi memegang peranan penting dalam sebuah instansi. Bila instansi dapat memenuhi segala kebutuhan serta harapan dari para pegawai, maka kepuasan komunikasi organisasi mereka dapat terpenuhi, sehingga membuat para pegawai dapat bekerja dengan maksimal. Kepuasan terhadap komunikasi organisasi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh organisasi atau instansi, agar para pegawai dapat bekerja dengan baik dan maksimal, sehingga visi dan misi organisasi dapat terwujud.

Keseluruhan kinerja organisasi dapat ditingkatkan ketika karyawan mendapatkan informasi secara memindai melalui komunikasi yang efektif. Kepuasan komunikasi bukan hanya faktor yang menilai kinerja pada level formal, tetapi juga meningkatkan kemampuan karyawan untuk bekerja semaksimal mungkin. Dengan kata lain, kinerja menjadi salah satu indikator kepuasan komunikasi organisasi. Dua aspek utama dari pengaruh komunikasi pada indikator kinerja adalah hubungan dan kepuasan komunikasi organisasi.

Maka dari itu, diperlukan upaya-upaya untuk membangun komunikasi efektif yang berawal dari hubungan interpersonal yang baik antar anggota organisasi atau instansi. Saat pegawai merasa puas dengan komunikasi organisasi yang terjalin, mereka akan memiliki hubungan yang sehat, dan arus informasi yang mengalir bebas. Karena faktor-faktor ini, pekerjaan mereka akan menjadi sangat mudah

untuk dicapai atau diselesaikan dan kemampuan mereka dalam melakukan pekerjaan menjadi lebih baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimanakah kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan di perusahaan PT PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini berkembang dan lebih terarah pada permasalahannya maka perlu dibuat pembatasan masalahnya. Agar tidak terlalu luas kepada aspek-aspek yang jauh dari relevan sehingga penelitian bisa lebih focus untuk dilakukan. Di PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT, terhadap pimpinan, staff beserta karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada dasarnya tujuan dari suatu penelitian adalah untuk memperoleh jawaban terhadap suatu masalah, setidaknya untuk memperoleh data yang akurat dan bermanfaat bagi setiap penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori relevan dengan masalah yang diteliti, yakni teori komunikasi, komunikasi publik, komunikasi, komunikasi organisasi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi, informan, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, lokasi dan waktu penelitian, deskripsi lokasi penelitian.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Di dalam bab ini di uraikan mengenai hasil penelitian, hasil wawancara, dan pembahasan hasil wawancara.

BAB V PENUTUP

Di dalam bab ini di uraikan mengenai kesimpulan dan saran.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemampuan penulis dengan mengetahui kajian-kajian teori yang menyangkut dengan kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.
- b. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan menambah kajian penelitian di bidang komunikasi, khususnya tentang kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT. Disamping itu juga dapat menjadi salah satu rujukan akademis bagi peneliti lain maupun penelitian lanjutan yang meneliti tentang kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi siapa saja yang berhubungan dengan kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, tak terlepas dari kegiatan komunikasi, sejak lahir segala yang dilakukan merupakan suatu bentuk dari komunikasi. Namun, apakah komunikasi itu sebenarnya. Banyak ahli yang mendefinisikan komunikasi tersebut, tetapi definisi tersebut mungkin terlalu sempit terlalu luas bergantung pada pemanfaatannya untuk menjelaskan suatu fenomena.

a. Pengertian komunikasi

Walaupun istilah “komunikasi” sudah sangat akrab ditelinga namun membuat definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang diperkirakan. Dance dan Larson mengatakan : banyaknya definisi yang telah dibuat oleh para pakar dengan latar belakang dan perspektif yang berbeda satu sama lain, dapat menimbulkan kebingungan bagi pihak-pihak yang berminat mempelajari komunikasi, jika tidak memahami hakikat komunikasi antarmanusia yang sebenarnya. (Cangara,2014:20).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seseorang ke orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari dalam hubungan dengan orang lain akan digunakan komunikasi, demikian halnya dalam pekerjaan dilakukan komunikasi agar tujuan organisasi tercapai. Komunikasi memegang peranan yang sangat vital dalam suatu interaksi sosial, sehingga akan berpengaruh dalam organisasi atau dunia kerja. Optimalisasi peran komunikasi dalam organisasi memerlukan pemahaman cara-cara dan macam komunikasi yang

baik, baik kepada bawahan, sejawat, maupun atasan. Pentingnya komunikasi dalam hubungannya dengan pekerjaan ditunjukkan oleh banyaknya waktu yang dipergunakan untuk berkomunikasi dalam pekerjaan.

Komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, yang dinyatakan merupakan pikiran atau pun perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *comminis* yang artinya sama, *communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama. Komunikasi menyatakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Dalam proses tersebut tidak hanya sekedar kata-kata yang digunakan dalam sebuah percakapan tetapi juga dibutuhkan ekspresi wajah, bahasa tubuh, intonasi, dan lainnya. (Bismala,2015:141).

Menurut Katz dan Khan, dalam buku Lila Bismala,(2015:141) komunikasi adalah suatu proses tukar menukar informasi dan transmisi dari suatu arti di antara manusia, dan semuanya merupakan hal yang sangat penting di dalam suatu organisasi. Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-

lambang yang dipergunakan dalam berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

Menurut M. Rogers dalam buku Cangara, (2014:22) seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat defenisi bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut Rogers bersama D.Lawrence dalam buku Cangara, (2014:22) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu poses di mana dua orang lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Menurut Louis Forsdale (1981), dalam buku Arni Muhammad, (2007:2) ahli komunikasi dan pendidikan, komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah. Pada defenisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu.

Menurut Brent D. Ruben (1988) dalam buku Arni Muhammad, (2007:3) komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompoknya, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungannya dan orang lain. Pada definisi inipun

komunikasi juga dikatakan sebagai suatu proses yaitu suatu aktivitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi tetap berhubungan.

b. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur komunikasi merupakan bagian-bagian yang saling mendukung guna berlangsungnya suatu komunikasi yang sempurna. Apabila tidak terdapat unsur-unsur komunikasi yang dimaksud, maka dapat disimpulkan komunikasi tidak dapat berlangsung. Adapun unsur komunikasi ialah:

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bias terdiri dari satu atau dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (source) atau pengirim pesan yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “komunikator”. Sumber atau komunikator bias jadi adalah individu, kelompok atau bahkan organisasi. Komunikator mungkin mengetahui atau tidak mengetahui pihak yang akan menerima pesannya. Jika anda sedang berbicara dengan seorang teman bias jadi anda sudah mengetahui siapa teman anda itu, bagaimana sifatnya, hal-hal apa saja yang akan mungkin akan menyinggung perasaannya. (Morissan,2013:17).

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah 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.

Penerima pesan yang memiliki kontrol yang berbeda-beda terhadap berbagai bentuk pesan yang diterimanya. Ada pesan yang mudah sekali diabaikan atau ditolak oleh penerima, dalam hal ini penerima memiliki kontrol yang besar terhadap pesan yang diterimanya namun ada pula pesan sulit untuk dikontrol atau dihentikan. Misalnya, bagaimana cara menghentikan percakapan tatap muka dengan orang tua anda atau menghentikan melalui telepon dengan teman dibandingkan dengan ketika anda tengah menonton televisi. (Morissan, 2013:19).

3. Media

Media yang dimaksud di sini ialah 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 pancaindra dianggap sebagai media sosial.

Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digunakan sebagai media komunikasi antarpribadi.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat

dibeda-bedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, bulletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sementara itu, media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video recording, elektronik board, audio cassette dan semacamnya.

Berkat perkembangan teknologi komunikasi khususnya dibidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat, media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini disebabkan karena makin canggihnya media komunikasi itu sendiri yang bisa dikombinasikan (multimedia) antara satu sama yang lainnya.

Selain media komunikasi seperti diatas, kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan, bisa juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara.

Penerima bisa disebutkan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahamibahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

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.

Kenallah khalayakmu adalah prinsip penting dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

5. 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 bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

Umpan balik dapat timbul seketika ataupun tertunda, umpan balik seketika terjadi bila reaksi dari penerima pesan dapat langsung diterima oleh sumber.

Seseorang yang tengah berpidato dapat mengetahui apakah pidatonya disukai oleh mereka yang hadir atukah justru membosankan dari reaksi muncul seketika misalnya berteriak “huhu...” atau banyak orang yang tidak memerhatikan pidatonya. Sebaliknya, umpan balik bisa bersifat tertunda, misalnya anda baru saja mendengarkan album baru suatu kelompok music, dan menurut anda album itu sangat jelek. Untuk dapat menyampaikan kritikan anda kepada sumber maka anda harus mengetahui alamat atau telepon perusahaan rekaman yang mengeluarkan album itu.

Setelah itu baru anda dapat mengirim pesan. Proses penyampaian umpan balik dalam hal ini membutuhkan waktu beberapa hari atau bahkan lebih lama lagi.

6. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sbelum sampai ketujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena factor jarak yang begiu jauh, di mana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos, atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial.

Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini bisa disebut dimensi internal.

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi. (Cangara, 2014:30).

c. Fungsi Komunikasi

Harold D. Laswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain.

- a. Pengawasan lingkungan yaitu penyingkapan ancaman dan kesempatan yang memengaruhi nilai masyarakat.
- b. Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan.
- c. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*to inform*)

2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi lain dari komunikasi dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi informatif

Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan putaran-putaran yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini, yaitu atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen dan kaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan-peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

3. Fungsi Persuasif

Dalam mengelola organisasi, kekuasaan dan kewenangannya akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Banyak pimpinan yang mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah, sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar disbanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

Fungsi komunikasi dapat dikelompokkan menjadi 4, yaitu :

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

- a. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. Dapat diistilahkan dengan *significant other* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang yang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Dapat pula dinamai dengan *affective other*, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari sanalah perlahan-lahan terbentuk konsep diri. Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group* yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, dengan ini, orang lain akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok.

- b. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis.
- c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan bimbingan hubungan yang baik dengan orang lain.

2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sampai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam upacara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik. Hal ini masih berlaku pada budaya-budaya tradisional yang hampir semua suku.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan

tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan- tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. (Bismala, 2015:149).

d. Model Komunikasi

Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses. Misalnya, dapat melakukan spesifikasi dan menunjukkan kaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu proses, serta keberadaannya dapat ditunjukkan secara nyata.

e. Model Dalam Komunikasi Organisasi

Model komunikasi linier Everet M. Rogers, menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku.

Theodore M. Newcomb, menyebut bahwa setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi informasi terdiri dari rangsangan yang dikriminatif, dari sumber kepada penerima.

Sedangkan Gerald M. Miller menyebutkan bahwa komunikasi terjadi ketika sebuah sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima pesan dengan niat didasari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Komunikasi model ini ditunjukkan dengan aktifitas komunikator yang memberikan stimulus dan komunikan melakukan respon tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Komunikasi bersifat menolong. Komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai diterapkan pada komunikasi yang bersifat tatap muka, namun bisa diterapkan pada komunikasi public yang melibatkan Tanya jawab.

Komunikasi model ini merupakan tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan untuk memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuk orang lain melakukan sesuatu.

Model komunikasi interaksional. Sharon dan Weaver, mengemukakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, likusan seni, dan teknologi. Model komunikasi ini mensyaratkan terjadinya feedback atau umpan balik. Komunikasi yang berlangsung bersifat dua arah dan dialog, pada satu saat bertindak sebagai komunikator, pada saat yang lain bertindak sebagai komunikan. Menurut konsep ini, komunikasi merupakan suatu proses sebab-akibat atau aksi reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitulah seterusnya.

Model komunikasi transaksional, Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pembentukan makna antara dua orang atau lebih. July C. Pearson dan Paul E. Nelson, mengatakan bahwa komunikasi adalah proses memahami dan berbagai makna. Sedangkan William I. Gordon menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu transaksi dinamis yang secara berkesinambungan mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap mereka bertukar pesan verbal atau nonverbal.(Bismala 2015:151).

f.Strategi Komunikasi

Semua aktivitas yang berhubungan dengan komunikasi sudah tentu tidak asal jadi. Komunikasi manusia harus direncanakan, diorganisasikan, ditumbuhkembangkan agar menjadi komunikasi yang lebih berkualitas, salah satu langkah terpenting adalah menetapkan “strategi komunikasi”. Dalam banyak kasus komunikasi manusia, yang disebut komunikasi yang baik adalah strategi yang dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam komunikasi dengan lawan komunikasinya sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

Strategi adalah perspektif, posisi, rencana, dan pola. Strategi adalah jembatan yang menghubungkan kebijakan dengan sasaran. Strategi dan taktik merupakan jembatan yang menghubungkan kesenjangan antara tujuan dan alat yang dipakai untuk mencapai tujuan. Singkatnya strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian

yang mendalam, pengalaman sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan.

B. Proses Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat beberapa tahap dimana suatu gagasan atau pengertian dikirimkan dari sumbernya, yang disebut dengan pengirim atau komunikator, sampai atau gagasan atau pengertian tersebut dijalankan oleh yang menjadi sasaran komunikasi, yang disebut penerima atau komunikan. Dengan memahami tahap-tahap proses komunikasi, beserta hambatan yang mungkin terjadi, maka akan mencapai komunikasi yang efektif.

Tahap-tahap komunikasi adalah sebagai berikut :

a. Tahap 1, Penciptaan gagasan

Merupakan tahap pertama dalam suatu komunikasi, yaitu penciptaan gagasan informasi yang dilakukan pengirim/komunikator.

b. Tahap 2, *Encoding* / membuat sandi

Dalam tahap encoding ini, gagasan atau informasi disusun dalam serangkaian bentuk simbol atau sandi yang dirancang untuk dikirimkan kepada penerima/komunikan dan juga pilhan saluran mdia komunikasi yang digunakan. Simbol atau sandi berbentuk kata-kata (lisan atau tertulis), gambar (poster atau grafik), atau tindakan.

c. Tahap 3, Pengiriman

Tahap ini adalah pengiriman atau *transmitting*. Pengiriman gagasan atau pesan-pesan yang telah disimbolkan atau disandakan

(*encoded*) melalui saluran atau media komunikasi yang tersedia dalam organisasi. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan berbicara, menulis menggambarkan, dan bertindak. Saluran yang dilalui pesan-pesan tersebut ialah media komunikasi. Media digunakan dalam berkomunikasi jika komunikan berada ditempat yang jauh dari pengirim/komunikator dan jumlahnya banyak. Jika pengirimnya hanya seorang bisa digunakan dengan surat, telepon maupun lewat telegram. Sedangkan jika penerimanya banyak, maka digunakan media seperti papan pengumuman, penguas suara dan lain-lainnya. Jika pengirimnya jauh, dapat digunakan melalui surat kabar, majalah, radio, televise dan sebagainya. Jadi, digunakannya media atau tidak tergantung dari banyak sedikitnya dan jauh dekatnya pengirim.

d. Tahap 4, Penerimaan

Setelah pesan dikirim melalui media komunikasi, maka diterima oleh sipenerima. Pesan ini dapat melalui proses mendengarkan, membaca, dan mengamati tergantung pada saluran dan media yang digunakan untuk mengirimkannya. Jika informasi atau pesan berbentuk komunikasi lisan, maka sering kali kegagalan dalam mendengarkan dan berkonsentrasi mengakibatkan hilangnya pesan-pesan tersebut.

e. Tahap 5, Mengurai sandi

Di mana pesan-pesan yang diterima diinterpretasi, dibaca, diartikan, dan diuraikan secara langsung atau tidak langsung melalui proses berpikir. Dalam decoding ini dapat terjadi ketidaksesuaian atau

bahkan penolakan terhadap gagasan atau ide yang di *encoding* oleh pengirim/komunikator. Dikarenakan adanya hambatan teknik, dan adanya perbedaan persepsi antara pengirim/komunikator dan persepsi penerima/komunikasi dalam arti kata atau semantic.

f. Tahap 6, Tindakan

Tindakan yang dilakukan oleh komunikasi sebagai respon terhadap pesan-pesan yang diterimanya merupakan tahap terakhir dalam suatu proses komunikasi. Dalam tahap ini, respon penerima/komunikasi dapat berbentuk usaha melengkapi informasi, meminta informasi tambahan, atau melakukan tindakan-tindakan lain. Jika setiap pesan yang dikirim komunikator menghasilkan respon tindakan seperti apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan telah terjadi komunikasi yang efektif.

g. Tahap 7, Umpan balik

Merupakan salah satu indikasi keberhasilan komunikasi, ketika pesan yang dikirimkan dan diterima telah mendapat persepsi dan interpretasi yang sama.

C. Perspektif komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi memiliki beberapa perspektif, yaitu:

1. Perspektif klasik

Perspektif klasik muncul dan berkembang pada akhir abad ke-19 dan abad ke-20, dengan fokus bahasan pada struktur ideal suatu organisasi, kontrol organisasi melalui hubungan atasan-bawahan dan spesialisasi unit-unit dalam

organisasi. Perspektif ini diilhami oleh konsep manajemen ilmiah (*scientific management*).

Digagasakan oleh Frederick W. Taylor. Teori yang turut memberikan kontribusi pada perspektif klasik adalah teori birokrasi Max Weber, di mana ia melihat birokrasi sebagai bentuk organisasi yang ideal karena dalam birokrasi mengandung makna dan nilai yang logis, rasional, perintah keseragaman dan konsisten.

Berdasarkan perspektif klasik, komunikasi organisasi dipandang sebagai alat dalam memberikan perintah dan control. Komunikasi lebih bersifat vertical, dari atasan pada bawahan, horizontal hanya dipergunakan ketika saluran vertical tidak dimungkinkan. Karakter komunikasi juga didasarkan atas karakteristik-karakteristik organisasi tertentu, seperti formalitas dan sentralisasi, yang berada dalam organisasi formal. Organisasi formal merupakan organisasi di mana kebutuhan-kebutuhan pekerjaan dinyatakan secara eksplisit dan tertulis. Organisasi yang tersentralisasi merupakan organisasi di mana pengambilan keputusan cenderung dibuat oleh atasan puncak. Mereka yang bekerja dalam karakteristik organisasi seperti ini cenderung hanya sedikit menggunakan bahasa lisan, kurangnya komunikasi horizontal dan komunikasi spontan. Selain itu, komunikasi antar individu-individu dalam departemen yang berbeda cenderung menurun. Bisa dikatakan bahwa komunikasi dalam perspektif klasik bersifat formal dan kurang bersifat spontan.

2. Perspektif *human relations*

Perspektif manusiawi dalam teori organisasi mulai berkembang sejalan dengan tumbuhnya pergerakan buruh di Amerika yang menekankan hak-hak dari individu pekerjaan. Mulai munculnya tekanan pada organisasi untuk lebih memperhatikan kebutuhan-kebutuhan para pekerja. Pada masa ini mulai berkembang prinsip bahwa pekerjaan ingin dianggap penting dan diakui sebagai individu, dan bahwa hubungan antar personal dan kelompok sangat membantu untuk meningkatkan produktivitas.

Adanya dukungan dan dorongan pemimpin dalam mengembangkan otonomi dan tanggungjawab dipandang lebih efektif daripada hanya mengontrol bawahannya. Komunikasi dengan perspektif ini lebih mendukung informasi yang mengalir dari bawahan kepada atasan, juga komunikasi horizontal, dan komunikasi digunakan untuk membantu penyelesaian masalah, perencanaan dan pengorganisasian.

Perspektif manusiawi juga memperkenalkan nilai potensial desentralisasi dalam pengambilan keputusan, di mana otoritas dalam pengambilan keputusan didasarkan atas pengetahuan, pengalaman dan akses informasi dan bukan hanya berdasarkan jabatan dalam hirarki. Dari perspektif ini, komunikasi dipandang lebih efektif dalam upaya mendorong adanya kreativitas dan juga produktivitas dari para pekerja.

3. Perspektif integratif

Perspektif ini berusaha melengkapi pendekatan klasik dan manusiawi dengan mencoba menyatukan keseluruhan pandangan dalam analisis organisasi.

Dengan menambahkan faktor teknologi dan pengaruh lingkungan luar organisasi sebagai faktor yang ikut mempengaruhi kelangsungan hidup organisasi.

Salah satu model yang apat digunakan untuk menggambarkan pendekatan ini adalah teori sistem, di mana organisasi digambarkan sebagai suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling bergantung dan saling berinteraksi, juga dengan lingkungannya. Organisasi sebagai satu sistem keberadaannya juga tidak terlepas dari sistem lain yang lebih besar. Sehingga kelangsungan organisasi dipengaruhi oleh banyak hal, diantaranya teknologi dan faktor-faktor lain yang terdapat dalam lingkungan suatu organisasi seperti lingkungan politik, ekonomi dan sosial.

Komunikasi berdasarkan perspektif integratif menerapkan pola-pola komunikasi dengan organisasi yang lain. Bila perspekif klasik menerapkan pentingnya sentralisasi dalam pengambilan keputusan dan penggunaan saluran komunikasi vertical, sedangkan perspektif manusiawi menekankan desentralisasi dan komunikasi horizontal, maka perspektif integratif melihat bahwa komunikasi yang efektif dan akan bergantung pada karakteristik dan situasi yang ada dalam organisasi tersebut. Pola komunikasi tergantung pada fungsi dalam organisasi. Selain hanya sebatas pada komunikasi internal tetapi juga melibatkan komunikasi eksternal dengan para pelanggan, komunitas, pemerintah dan aspek lain dari lingkungan yang turut mempengaruhi kelangsungan organisasi. (Bismala 2015:146)

g. Pesan

Pesan adalah susunan simbol penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.

Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartinyasama dengan orang yang dimaksudkan oleh si pengirim. Misalnya, seseorang pemimpin melihat pekerjaannya bawahannya tidak beres, lalu berkata dengan suara keras apa ini pekerjaan kamu sambil memukul meja. Isi pesan ini adalah pernyataan rasa marah terhadap kesalahan bawahannya itu. Bila bawahan menerima pesan itu mengartikan bahwa pimpinannya marah karena pekerjaan itu berarti bahwa itu efektif. Simbol-simbol yang digunakan dalam pesan dapat berupa verbal dan nonverbal.

Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal dalam organisasi misalnya seperti surat, memo, pidato, percakapan. Sedangkan pesan nonverbal dalam organisasi terutama sekali yang diucapkan tidak ditulis seperti, bahasa gerakan badan, sentuhan, nada suara, ekspresi wajah dan sebagainya.

Klasifikasi pesan menurut penerima yang diharapkan dapat pula dibedakan atas pesan internal dan eksternal. Pesan internal khusus dipakai karyawan dalam organisasi misalnya, memo, bulletin dan rapat-rapat. Sedangkan pesan eksternal adalah untuk memenuhi kebutuhan organisasi sebagai sistem terbuka yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat umum. Pesan eksternal ini misalnya iklan, usaha hubungan dengan masyarakat, usaha mengenai penjualan atau pelayanan.

Pesan dapat pula diklasifikasikan menurut bagaimana pesan itu disebarluaskan atau metode difusi. Kebanyakan komunikasi organisasi disebarluaskan dengan menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak. Kalau menggunakan metode perangkat keras untuk dapat berfungsi tergantung kepada alat-alat elektronik dan tenaga/ arus listrik. Misalnya pesan yang disampaikan melalui telepon, teleks, radio, videotape, computer dan sebagainya. Sedangkan pesan yang menggunakan metode perangkat lunak tergantung pada kemampuan dan keterampilan dari individu terutama dalam berfikir, menulis, berbicara dan mendengarkan agar dapat berkomunikasi satu sama lain. Termasuk dalam metode perangkat lunak ini komunikasi lisan secara berhadapan, percakapan dalam rapat-rapat, interviu, diskusi dan kegiatan tulis-menulis seperti surat, nota laporan usulan dan pedoman. (Muhammad 2007:69).

1. Struktur Pesan

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu satu kesatuan pesan yang utuh. Anda harus menentukan apakah bagian penting dari argumentasi anda yang harus didahulukan atau bagian yang kurang penting. Apakah kita harus membiarkan hanya argumen-argumen yang menunjang kita saja atau harus membicarakan yang pro dan kontra sekaligus.

h. Persepsi

Persepsi dapat dijelaskan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat pula diartikan sebagai suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerima stimulus (input), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Pendeskripsian persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka.

Berdasarkan menurut para ahli yang dikemukakan, bahwa proses persepsi melalui tiga tahap, yaitu :

1. Tahap penerimaan stimulus, baik stimulus fisik maupun stimulus sosial melalui alat indera manusia, yang dalam proses ini mencakup pula pengenalan dan pengumpulan informasi tentang stimulus yang ada.

2. Tahap pengelolaan stimulasi sosial melalui proses seleksi serta pengorganisasian informasi.
3. Tahap perubahan stimulasi yang diterima individu dalam menanggapi lingkungan melalui proses kognisi yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, serta pengetahuan individu. (Bismala dkk 2015:34)

Ada beberapa indikator yang bisa dijadikan acuan untuk mengetahui stress yang disebabkan oleh pekerjaan, diantaranya :

D.Peran Komunikasi organisasi PT PLN

Sebuah organisasi pasti memerlukan struktur kepengurusan atau alur-alur dalam melandaskan tanggung jawabnya. Salah satu tujuan dari struktur ini adalah mudah untuk mengkomunikasikan setiap informasi yang datang sehingga tidak terjadi kesalah pahaman dalam berkomunikasi. Mungkin disemua jajaran organisasi pasti adanya kesalah pahaman komunikasi namun bagaimana sebuah organisasi tersebut sehingga tidak menimbulkan masalah yang terjadi dan semakin profesionalnya dalam rangka menggunakan bahasa.

Dari penjelasan diatas maka perlu membuat penjabaran mengenai peran komunikasi organisasi sebuah Perusahaan Listrik Negara (PLN). Dimana sebuah perusahaan milik Negara yang seharusnya terkelola dengan baik beserta struktur didalamnya sehingga ketika masyarakat menginginkan sebuah informasi di PT PLN maka masyarakat tidak mendapat informasi yang berbeda. Pada perusahaan , untuk dapat menciptakan kelancaran dan dapat menghasilkan motivasi kerja yang baik, maka diperlukan adanya peningkatan kepuasan kerja terhadap karyawan.

Setiap tenaga kerja bekerja sesuai dengan perannya dalam organisasi, artinya setiap tenaga kerja mempunyai kelompok tugasnya yang harus dilakukan sesuai dengan aturan-aturan yang ada sesuai yang diharapkan oleh atasannya. Namun, demikian tenaga kerja tidak selalu berhasil untuk memainkan perannya tanpa menimbulkan masalah. (Bismala dkk 2015:48).

Menurut Khan dan Katz, ada empat fungsi utama dari pesan dalam organisasi yaitu : yang berkenaan dengan produksi, pemeliharaan, penerimaan dan pengelolaan organisasi.

Redding mengemukakan pula bahwa ada tiga alasan pengiriman pesan yaitu, untuk pelaksanaan tugas-tugas dalam organisasi, untuk pemeliharaan dan untuk kemanusiaan.

Lain halnya dengan persepsi Thayer, dia mengatakan bahwa fungsi pesan dalam organisasi adalah untuk memberi informasi, membujuk, memerintah, memberi instruksi dan mengintegrasikan organisasi. Berlo mengatakan pula bahwa fungsi utama dari pesan dalam organisasi adalah untuk produksi atau agar supaya tugas-tugas organisasi dilakukan, untuk inovasi atau untuk menyelidiki alternatif dari tingkah laku yang baru bagi organisasi dan untuk pemeliharaan atau untuk menjaga sistem dan komponennya tetap berjalan lancar. Terakhir Greenbaum mengemukakan pendapatnya, dia mengatakan fungsi peran adalah untuk mengatur, untuk melakukan pembaruan, integrasi, memberikan informasi dan instruksi.

Dari bermacam-macam pendapat kelihatan ada kecenderungan kesamaan tujuan atau fungsi dari pesan walaupun dinyatakan dalam istilah yang

berbeda. Terdapat empat fungsi yang berhubungan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi, kemanusiaan dan pembaharuan dalam organisasi.

1. Pesan Tugas

Pesan tugas ini maksudnya adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas-tugas organisasi oleh anggota organisasi. Pesan ini mencakup pemberian informasi kepada karyawan untuk melakukan tugas mereka secara efisien, seperti aktivitas pemberian latihan kepada karyawan, memberikan orientasi bagi karyawan baru, penentuan tujuan dan aktivitas lainnya yang berkenaan dengan produksi, pelayanan pemasaran dan sebagainya. Atau dengan kata lain pesan tugas dapat dikatakan pesan yang berhubungan dengan *output* sistem yang diinginkan oleh organisasi.

2. Pesan Pemeliharaan

Pesan pemeliharaan adalah pesan-pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi. Pesan ini membantu membantu organisasi untuk tetap hidup kekal. Pesan ini mencakup perintah, ketentuan, prosedur, aturan dan control yang diperlukan untuk mempermudah gerakan organisasi untuk mencapai output pesan sistem. Pesan tugas berhubungan dengan isi dari output sistem sedangkan pesan pemeliharaan berhubungan dengan pencapaian dari output. Misalnya : pada perencanaan tahunan suatu organisasi menetapkan suatu tujuan sistem yaitu, mengikut sertakan banyak karyawan dalam penelitian pengembangan organisasi. Untuk mencapai maksud ini, akan dibentuk suatu komite yang masing-masing mempunyai tugas dan jadwal tertentu. Pesan

yang berkenaan dengan bekerjanya dan pengaturan dari komite tersebut merupakan pesan pemeliharaan.

3. Pesan kemanusiaan

Pesan kemanusiaan langsung diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka kepuasan dan pemenuhan kebutuhan mereka. Pesan ini berkenaan dengan hubungan interpersonal, konsep diri, perasaan dan moral. Yang termasuk dalam kategori pesan ini adalah penghargaan terhadap hasil yang dicapai oleh karyawan, penyelesaian konflik antara individu atau kelompok, aktifitas informal dan bimbingan.

Suatu organisasi, sebenarnya dapat menciptakan tugas yang efektif dengan memberikan pesan tugas dan pemeliharaan tetapi bila individu-individu yang dalam organisasi mempunyai masalah moral yang serius, suka menyendiri, maka hal ini mungkin akan ikut berpengaruh terhadap pencapaian tujuan sistem dengan efektif. Misalnya, suatu perusahaan mengangkap pimpinan baru yang hebat untuk meningkatkan efisiensi karyawan dan pemeliharaan sistem dengan tepat. Akan tetapi baru saja pimpinan tersebut bertugas, beberapa karyawan kelihatan tidak merasa senang karena dia kurang sensitif terhadap perasaan karyawannya. Ketika pimpinan menanyakan hal itu kepada karyawan secara individual mereka tidak mengelak menyatakan terus terang bahwa perasaan mereka diabaikan. Sementara itu hasil produksi terus berkurang, karena karyawan tidak bekerja dengan senang dan banyak mengeluh melalui temannya satu sama lain. Akhirnya karyawan meminta penyelesaian konflik ini kepada pimpinan. Hasil dari pertemuan itu positif. Pimpinan memberi kesempatan kepada karyawan untuk menyatakan

secara resmi perasaan merek terhadapnya pimpinan juga berjanji akan memproses informasi dan mempertimbangkan tingkah lakunya yang baru untuk meningkatkan kepekaannya terhadap perasaan karyawan. Pesan yang muncul pada waktu pertemuan dalam contoh diatas adalah masuk kategori pesan kemanusiaan karena khusus diarahkan untuk penyempurnaan hubungan individu dalam organisasi.

4. Pesan pembaruan

Pesan pembaruan menjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Untuk itu suatu organisasi membuat rencana-rencana baru, aktivitas-aktivitas baru, program-program baru, pengarahannya yang baru, proyek-proyek yang baru dan saran-saran mengenai produksi baru. Rencana-rencana ini misalnya disampaikan pada waktu rapat-rapat dengan anggota organisasi. Pesan yang disampaikan itu termasuk kategori pesan pembaruan.

Suatu studi dilakukan oleh Schuler dan Blank (Goldhaber, 1986) berkenaan dengan fungsi pesan dalam organisasi menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara kepekaan komunikasi tugas, komunikasi kemanusiaan dan komunikasi pembaruan dengan kepuasan kerja dan hasil yang dicapai oleh pekerja. Penelitian ini juga menentukan bahwa ada bukti adanya hubungan yang negatif antara komunikasi yang terlampau banyak dengan kepuasan kerja. Mereka juga menemukan bahwa karyawan pada tingkat lebih tinggi dalam organisasi memerlukan tambahan tugas-tugas dan pesan kemanusiaan, karena sangat kompleksnya tugas mereka. Mereka menyarankan bahwa pesan

kemanusiaan lebih memuaskan dan lebih mendukung kinerja yang menyeluruh daripada tiga pesan lainnya.

Penelitian ini penting bukan hanya karena memperlihatkan perbedaan pesan yang dapat diidentifikasi dan diukur dan dihubungkan dengan kepuasan kerja tetapi implikasinya bagi teori kontingensi. Tiap tipe pesan kelihatannya berinteraksi dengan level organisasi tertentu dan mempengaruhi secara berbeda kepuasan dan kinerja mereka. Oleh karena itu organisasi harus bijaksana dan lebih sensitif terhadap perbedaan pesan dalam program memotivasi karyawan. (Muhammad, 2007:101).

E.Komunikasi Organisasi

Menurut Zelko dan Dance dalam buku Muhammad, (2014: 66) mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum.

Bentuk-bentuk Organisasi

Sebuah organisasi besar memiliki banyak tugas dan pekerja untuk terus dapat memajukan organisasi atau perusahaannya. Tugas tersebut tidak dikerjakan oleh seorang saja, tetapi dibagi ke beberapa bagian namun tetap saling berhubungan satu sama lainnya sehingga dapat berkontrol dan mewujudkan tujuan bersama.

Ditinjau dari jumlah pucuk pimpinan terbagi menjadi :

1. Bentuk Organisasi Tunggal

Bentuk Organisasi Tunggal adalah organisasi yang pimpinannya ada di tangan seorang sebutan jabatan untuk bentuk tunggal antara Presiden, Direktur, Kepala, Ketua : di dalam struktur organisasi pemerintah dikenal sebutan jabatan Menteri, Gubernur, Bupati, Walikota, Camat dan Lurah.

2. Bentuk Organisasi Jamak

Bentuk Organisasi Jamak adalah organisasi yang pucuk pimpinannya ada di tangan beberapa orang sebagai satu kesatuan. Sebutan yang digunakan antara lain Presidium, Direktorium, Dewan, Majelis.

Ditinjau dari saluran wewenang terbagi menjadi :

1. Bentuk Organisasi jalur

Bentuk Organisasi Jalur adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam semua bidang pekerjaan, baik pekerjaan pokok maupun pekerjaan bantuan.

2. Bentuk Organisasi Fungsional

Bentuk Organisasi adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi dibawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu. Pimpinan tiap bidan berhak memerintah kepada semua pelaksana yang ada sepanjang menyangkut bidang kerjanya.

3. Bentuk Organisasi Jalur dan Staff

Bentuk Organisasi Jalur dan Staff adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi bawahannya dalam semua bidang pekerjaan, baik pekerjaan pokok maupun pekerjaan bantuan dan dibawah pucuk pimpinan atau satuan organisasi yang memerlukan diangkat pejabat yang tidak memiliki wewenang komando tetapi hanya dapat memberikan nasihat tentang bidang keahlian tertentu.

4. Bentuk Organisasi Fungsional dan Staff

Bentuk Organisasi Fungsional dan Staff adalah organisasi yang wewenangnya dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu, pimpinan tiap bidang kerja dapat memerintah semua pelaksanaan yang ada sepanjang menyangkut bidang kerjanya, dan di bawah pucuk pimpinan atau pimpinan satuan diangkat pejabat yang tidak memiliki wewenang komando tetapi hanya dapat memberikan tentang bidang keahlian tertentu.

5. Bentuk Organisasi Fungsi dan Jalur

Bentuk Organisasi Fungsional dan Jalur adalah Organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada kesatuan-kesatuan organisasi di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu, pimpinan tiap bidang berhak

memerintah kepada semua pelaksana yang ada sepanjang menyangkut bidang kerjanya, dan tiap-tiap pelaksana ke bawah memiliki wewenang dalam semua bidang kerja.

6. Bentuk Organisasi Jalur, Fungsional dan Staff

Bentuk organisasi Jalur, Fungsional dan Staff adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepadasatuan-satuan organisasi di bawahnya dalam bidang pekerjaan tertentu. Pimpinana tiap bidang berhak memerintah kepada semua pelaksana yang ada sepanjang menyangkut bidangkerjanya, dan tiap-tiap pelaksana kebawah memiliki wewenang dalam semua bidang kerja, dan dibawah pucuk pimpinan atau pemimpin satuan diangkat pejabat yang tidak memiliki wewenang komando tetapi hanya dapat memberikan nasihat tentang bidang keahlian tertentu, (Sutarto 2002: 201-202).

F.Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi public biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*).Apa pun namanya, komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Dalam komunikasi public menyampaikan pesan berlangsung secara kontinu.Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya.Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. (Cangara 2014: 38).

G. Kepuasan Komunikasi Organisasi

Kepuasan komunikasi adalah satu fungsi dari apa yang seorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan. Kepuasan komunikasi tidaklah terkait kepada konsepsi efektivitas pesan. Jika pengalaman komunikasi memenuhi satu persyaratan, adalah mungkin dihargai sebagai sesuatu yang memuaskan, meskipun komunikasi tersebut tidak efektif menurut standar tertentu.

Kepuasan komunikasi organisasi dalam organisasi yang telah dipegang oleh peneliti terdahulu. Kepuasan dengan komunikasi muncul dari kombinasi faktor-faktor berikut :

1. Kepuasan dengan Pekerja

Kepuasan dengan Pekerja. Ini mencakup dengan hal-hal yang berkenaan dengan pembayaran, keuntungan, naik pangkat, pekerjaan itu sendiri. Dari hasil penelitian ternyata bahwa kepuasan dalam aspek pekerjaan memberikan sumbangan kepada kepuasan komunikasi.

2. Kepuasan dengan ketetapan informasi.

Kepuasan dengan ketetapan informasi. Faktor ini mencakup tentang tingkat kepuasan dengan informasi, kebijaksanaan, teknik-teknik baru, perubahan administratif dan staf, rencana masa datang dan penampilan pribadi. Kelihatannya kepuasan dengan ketetapan informasi yang diterima penting bagi konsep kepuasan komunikasi organisasi.

3. Kepuasan dengan kemampuan seseorang menyarankan penyempurnaan

Kepuasan dengan kemampuan seseorang menyerankan penyempurnaan. Faktor ini mencakup hal-hal sebagai tempat di mana komunikasi seharusnya disempurnakan, pemberitahuan mengenai perubahan untuk tujuan penyempurnaan dan strategi khusus yang digunakan dalam membuat perubahan. Kepuasan dengan macam-macam perubahan yang dibuat, bagaimana perubahan itu dibuat dan diinformasikan, kelihatannya mempunyai hubungan dengan kepuasan komunikasi organisasi.

4. Kepuasan dengan efisiensi bermacam-macam saluran komunikasi

Kepuasan dengan efisiensi bermacam-macam saluran komunikasi. Faktor ini mencakup melalui mana komunikasi disebarluaskan dalam organisasi, mencakup peralatan, bulletin, memo, materi tulisan. Kepuasan komunikasi tampaknya berhubungan dengan pandangan orang mengenai beberapa efisiennya media untuk menyebarkan informasi dalam organisasi.

5. Kepuasan dengan kualitas media

Kepuasan dengan kualitas media. Yang berhubungan dengan faktor ini berapa baiknya mutu tulisan, nilai informasi yang diterima, keseimbangan informasi yang tersedia dan ketetapan informasi yang datang. Hasil penelitian menyarankan bahwa penampilan, ketetapan dan tersedianya informasi mempunyai pengaruh kepada kepuasan orang dengan komunikasi dalam organisasi.

6. Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja

Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja. Faktor ini mencakup komunikasi horizontal, informal dan tingkat kepuasan yang timbul dari diskusi

masalah dan mendapatkan informasi dan teman sekerja. Kepuasan dengan komunikasi berhubungan dengan yang memuaskan dengan teman sekerja.

7. Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan

Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan. Faktor ini mencakup hal-hal keterlibatan hubungan dengan organisasi, dukungan atau bantuan dari organisasi dan informasi dari organisasi. Kelihatan bahwa rasa puas dalam komunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti dipercaya, sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.

H. Hubungan Komunikasi Organisasi Dengan Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan respons seseorang (sebagai pengaruh) terhadap macam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya (Coleman, 1982). Termasuk ke dalam hal ini respons terhadap komunikasi organisasi, supervisor, kompensasi, promosi, teman kerja, kebijaksanaan organisasi dan hubungan interpersonal dalam organisasi. Dia selanjutnya menyatakan bahwa semua variabel komunikasi berhubungan secara berarti dengan macam-macam aspek kepuasan kerja. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi ditekankan oleh Redding menyatakan. Iklim dari organisasi adalah lebih krusial daripada keterampilan atau teknik berkomunikasi dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Nord juga mengemukakan bahwa penguatan yang positif lebih memungkinkan mempengaruhi hubungan yang bersifat organisasi yang lebih menyenangkan dari pada tidak menyenangkan.

Navy O'Reilly dan Robert mendukung dengan kuat bahwa ada hubungan kualitas komunikasi dengan kinerja organisasi. Dennis dan Richetto dan Wieman juga mendukung hubungan yang positif di antara kepuasan dengan iklim dan efektivitas organisasi yang diamatinya. De Wine dan Barone (1984) menemukan bahwa apabila kepuasan komunikasi bertambah, maka iklim organisasi akan bertambah positif secara umum. Schuler dan Balnk mengatakan bahwa ada hubungan yang positif antara ketetapan komunikasi yang berkenaan dengan tugas, komunikasi kemanusiaan, dan komunikasi pembaruan dengan kepuasan kerja dan hasil yang dicapai pekerja.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. (Sugiyono 2010: 2).

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku Gunawan, (2013:87) penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistic (utuh). Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memeriksa informasi, mencari, membandingkan, menentukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditranformasikan

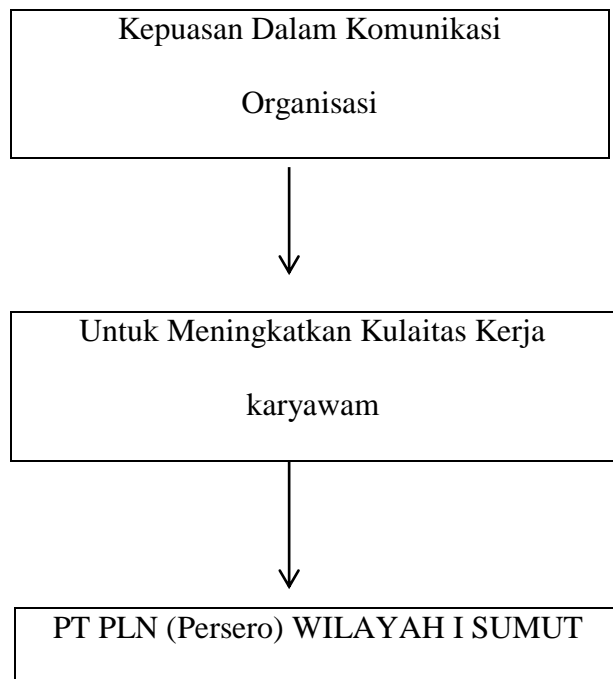
dalam bentuk angka). Hasil analisis data berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti yang disajikan dalam bentuk uraian naratif.

Kekuatan dari penelitian kualitatif terletak pada kenyataan informasi yang dimiliki oleh responden dari kasus yang diteliti dan kemampuan analisis penelitian. Artinya dalam peneliti kualitatif, masalah yang dihadapi dalam penarikan sampel, ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan peneliti, berkaitan dengan perlunya memperoleh informasi yang lengkap dan mencukupi sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian.

2. Kerangka konsep

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43).

Konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Kepuasan Dalam Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Kualitas Kerja Karyawan PT. PLN (Persero). Agar konsep tersebut dapat dijelaskan, maka kerangka konsep dirangkum dalam sebuah gambar yang mewakili pola pemikiran sebagai berikut.



3. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dari uraian di atas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti :

a. Srtategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan, (Effendy, 2003: 300-301).

b. Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang terjadi dalam sebuah sistem yang paling berkaitan, baik yang terjadi dalam organisasi tersebut, maupun ke luar organisasi tersebut.

c. Kepuasan Dalam Komunikasi Organisasi

Kepuasan komunikasi organisasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsikan lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Konsep kepuasan ini memperkaya ide iklim komunikasi. Iklim mencakup kepuasan anggota organisasi tersebut informasi yang tersedia.

d. Meningkatkan Kualitas kerja karyawan

Dalam hal ini seorang karyawan dapat menyimpulkan bahwa berorganisasi itu penting, adanya komunikasi organisasi akan memperluas wawasan, pengalaman, mengetahui tentang informasi.

4. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas pikiran, situasi dan kriteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut.

Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
Kepuasan Dalam komunikasi Organisasi	A. Komunikasi Publik B. Komunikasi Organisasi C. Pesan D. Efek
Meningkatkan kualitas kerja karyawan	E. Kualitas kerja F. Pelayanan G. Perilaku Perusahaan

Dari tabel di atas, operasional dari konsep teoritis kepuasan dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT adalah sebagai berikut :

a. Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan (khalayak). Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara tatap muka dan pesan yang disampaikan berlangsung terus-menerus.

b. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan suatu proses komunikasi yang terjadi dalam sebuah sistem yang saling berkaitan, dan dapat berlangsung dalam sistem

tersebut (organisasi) yang disebut dengan komunikasi internal, ataupun di luar organisasi tersebut yang disebut dengan komunikasi eksternal.

c. Pesan

Pesan merupakan mengenai apa yang ingin disampaikan kepada komunikan yang dapat bersifat informatif atau lainnya.

d. Efek

Efek merupakan suatu dampak atau perubahan yang terjadi terhadap komunikan setelah dilakukannya penyampaian pesan oleh komunikator.

e. Kognitif

Kognitif merupakan dampak yang diterima komunikan setelah pesan disampaikan oleh komunikator, yang bersifat sebatas pengetahuan.

f. Efektif

Efektif merupakan dampak yang terjadi pada komunikan hanya sebatas penilaian. Dengan kata lain, komunikan hanya sebatas berfikir untuk melakukan tindakan atau tidak.

g. Behavioral

Untuk behavioral, komunikan telah melakukan keputusan dari dampak efektif yang berupa tindakan atau perilaku.

h. Kualitas

Kualitas merupakan tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Istilahnya ini banyak digunakan dalam bisnis, rekayasa, dan munafakar dalam kaitannya dengan teknik dan konsep untuk memperbaiki kualitas produk atau jasa yang dihasilkan,

i. Pelayanan

Suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

j. Perilaku Perusahaan

Perilaku organisasi atau perusahaan merupakan studi mengenai perilaku manusia dalam situasi, mengenai titik temu antara perilaku manusia dan organisasi, serta mengenai organisasi itu sendiri.

5. Narasumber

Narasumber adalah orang yang memiliki dan dapat memberi informasi atau pengetahuan lebih dari orang lain berkaitan dengan objek yang sedang diteliti.

Narasumber penelitian ini adalah :

- a. Staff PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT
- b. Staff Humas PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya, (Sugiyono 2010 : 224).

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, Sumber data ini merupakan data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, data primer diperoleh dari sumber data primer, yaitu sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. (Ardial, 2014:359-360).

Data primer dapat diperoleh melalui :

1. Wawancara

Menurut Kerlinger dalam buku Huri, (2006: 10) wawancara merupakan metode yang paling luas digunakan dimana-mana untuk memperoleh informasi dari banyak orang. Wawancara (*interview*) adalah situasi peran antarpribadi bersekemuka (*face to face*), ketika seseorang pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban-jawaban yang relevan dengan masalah penelitian, kepada seseorang yang diwawancarai, atau responden.

2. Dokumenter

Metode dokumenter merupakan pengumpulan data melalui dokumen dan arsip-arsip yang tersedia. Alat pengumpulan datanya disebut form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia, (Huri, 2006: 12)).

b. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi lebih lanjut, (Ardial 2014: 360). Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang akan diteliti.

7. Teknik Analisis Data

Dalam membahas tentang analisis data dalam penelitian kualitatif, para ahli memiliki pendapat yang berbeda. Huberman dan Miles mengajukan model analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Berdasarkan hal tersebut diatas dapat dikemukakan di sini bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan diperoleh, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Gunawan, 2013: 210). Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu:

- a. Tahap pengumpulan data

Dalam proses analisis data interaktif ini kegiatan yang pertama adalah proses pengumpulan data. Harap diingat bahwa kebanyakan data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, fenomena, foto, sikap, dan perilaku keseharian yang diperoleh peneliti dari hasil observasi mereka dengan menggunakan beberapa teknik seperti observasi, wawancara, dokumentasi dan dengan menggunakan alat bantu yang berupa kamera, video tape.

- b. Tahap Reduksi Data

Reduksi dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sejalan pelaksanaan penelitian berlangsung. Tentu saja proses reproduksi data ini tidak harus menunggu hingga data terkumpul banyak. Konsep ini berbeda dengan model kuantitatif yang mengharuskan peneliti menunggu data terkumpul semuanya baru melaksanakan analisis.

Namun dapat dilakukan seجا data masih sedikit sehingga selain meringankan kerja peneliti, juga dapat memudahkan peneliti dalam melakukan kategorisasi data yang telah ada. Dalam proses penelitian kualitatif, hendaknya seorang peneliti telah sejak awal bersiap bahwa data yang akan diperolehnya bukanlah data akhir atau data jadi (final) yang akan dapat langsung dianalisis. Namun hendaknya disadari bahwa data apapun yang diperoleh selama proses berlangsung merupakan data kasar yang siap untuk dilakukan reproduksi.

c. Display Data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya apakah peneliti meneruskan analisisnya atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memerdalam temuan tersebut.

d. Verifikasi dan penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman peneliti dan interpretasi yang dibuatnya, (Idrus 2009: 151).

8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Suatu penelitian sudah jelas harus memiliki lokasi penelitian yang nyata dan jelas, yang berfungsi untuk menghindari kekeliruan dan manipulasi suatu data hasil penelitian tersebut. Lokasi penelitian merupakan tempat untuk meneliti dan mencari data yang akan dikumpulkan yang berguna untuk peneliti.

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2018 hingga Maret 2018.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berlaku di PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT

c. Sejarah Perusahaan PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT

Sejarah keterangan kelistrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad ke-19, ketika beberapa perusahaan belanda mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Perusahaan tenaga listrik tersebut berkembang menjadi perusahaan untuk kepentingan umum, diawali dengan perusahaan swasta Belanda yaitu NV.NIGM yang memperluas usahanya dari hanya dibidang gas ke bidang tenaga kerja listrik. Selama perang dunia ke II berlangsung. Perusahaan-

perusahaan listrik tersebut dikuasai oleh Jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia pada bulan September 1945 dan diserahkan kepada pemerintah Republik Indonesia.

Sejalan dengan meningkatnya perjuangan bangsa Indonesia untuk membebaskan Irian Jaya dari cengkaman penjajah Belanda, maka dikeluarkan undang-undang No.86 tahun 1958 tentang nasionalisasi perusahaan Gas dan Listrik Milik Negara.

Dengan undang-undang tersebut, maka seluruh perusahaan listrik milik Belanda berada ditangan Indonesia. Sejarah ketenaga listrik di Indonesia mengalami pasang surut sejalan dengan sejalan pasang surut perjuangan bangsa Indonesia.

Tanggal 27 Oktober 1945 kemudian di kenal dengan hari Listrik dan Gas, hari tersebut telah di peringati untuk pertama kali pada 27 Oktober 1946 di gedung Badan Pekerja Komite Nasional (BPKN) Yogyakarta. Peringkat untuk pertama kalinya.

Penetapan secara resmi pada tanggal 27 Oktober 1945 sebagai Hari Listrik dan Gas berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan tenaga Listrik yang terjatuh pada tanggal 3 September. Mengingat pentingnya semangat dan nilai-nilai Hari Listrik, maka berdasarkan keputusan Menteri pertambangan dan Energi No. 1134/43. PE/1992 tanggal 31 Agustus 1992, ditetapkan tanggal 27 Oktober sebagai Hari Listrik Nasional.

d. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh kembang, Unggul dan Terpercaya dengan bertumpu pada Potensi Insani.

Misi

Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi kepada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penyajian data yang akan ditampilkan oleh peneliti berdasarkan wawancara melalui informan, penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan, sehingga memudahkan peneliti dalam verifikasi, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Berikut penyajiannya :

1. Deskripsi informan penelitian

Informan 1, yaitu Bapak Rudi Artono. Bagaimana sistem informasi untuk promosi kenaikan jabatan, apakah semua mengetahui informasi tersebut?

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Rudi Artono menjelaskan bahwa “ Sistem informasinya itu dengan rekaman, tentang masing-masing karyawan tersebut, nah dari situ bisa dilihat mana kelebihanannya, mana kekurangannya, disiplin dan sebagainya. Maka ada pengembangan dibagian SDM, mereka itulah yang sudah melakukan pemantauan, dan mereka itu jugalah yang akan mengusul ke pimpinan akan di naikan jabatan. Maka tidak semua orang mengetahui, jika saja semua orang mengetahui akan terasa ada kejanggalan. Memang yang namanya kerja itu pasti ada sistem kenaikan jabatan, maka bagian SDM yang sudah memberi penilaian moral. Bila disebut satu persatu, maka yang kinerjanya yang masih kurang baik akan menjadi malu, yang memilih mereka

untuk naik jabatan bukan dari perseorangan tetapi dilihat dari rekaman selama ini bekerja maka bagian SDM yang akan mengusulkan ke pimpinan bahwa sudah layak untuk naik jabatan, dijelaskan Bapak Rudi Artono, media yang selama ini digunakan untuk mengakseskan seluruh karyawan dengan internet, dengan mempublis berita setiap harinya. Pesan yang disampaikan biasanya dipublikasikan mengenai tentang seputar berita perusahaan yang dilihat dari surat kabar atau koran, yang setiap hari mempublis berita ialah bagian Humas.

Informan 2, yaitu Ibu Addiena Fachrunnisa. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dengan cara bagaimanakah yang anda senangi dalam pemecahan konflik, apa dengan cara berunding atau yang lainnya?

“ saya pribadi kalau ada konflik yang terjadi saya lebih senang berunding dengan membentuk forum bersama untuk mendiskusikan dan menyelesaikan masalah bersama. Pihak-pihak yang berselisih membahas sebab-sebab konflik dan memecahkan permasalahan atas dasar kepentingan yang bersama. Membentuk sistem banding, dimana konflik diselesaikan melalui saluran banding yang akan mendengarkan dan membuat keputusan.

Informan 3, yaitu Ibu Syifa Sakinah. Apakah semua karyawan diperusahaan ini diberikan kesempatan yang sama untuk promosi, misalnya untuk kenaikan jabatan?

“ Semua berhak untuk mendapat promosi jabatan. Promosi jabatan di adakan melalui kinerja-kinerja yang baik. Karena orang yang dipromosikan selain memiliki pengalaman yang lebih juga memiliki prestasi yang tidak

mengecewakan. Seorang karyawan yang akan diberi kesempatan untuk dipromosikan sudah di pantau dari bagian SDM karena merekalah yang mengusulkan adanya kenaikan jabatan. Maka bukan itu saja kenaikan jabatan juga memiliki sikap jujur didalam menjalankan tugasnya atau dengan kata lain tidak menyalah gunakan jabatannya untuk kepentingan pribadi. Promosi itu di buat secara merata maka tidak di pilih-pili bila memang sudah memenuhi standar maka semua berhak untuk diberikan promosi.

Informan dengan Ibu Addiena Fachrunnisa. Berdasarkan wawancara Apakah dengan prestasi kerja yang baik menghasilkan adanya promosi?

“Itu sudah jelas, kalau prestasinya bagus akan diberi kesempatan untuk promosi, prestasi kerja karyawan berarti prestasi yang diberikan oleh karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab serta fungsinya sebagai karyawan diperusahaan. Penilai menilai hasil kerja baik berkualitas maupun kuantitas yang dapat dihasilkan karyawan tersebut dari uraian pekerjaan.

Informan dengan Bapak Rudi Artono. Berdasarkan wawancara Perasaan yang anda rasakan bila atasan memberikan kesempatan pada karyawan, untuk menyampaikan ide-ide masukan yang mungkin berguna dalam mendukung pencapaian program-program kerja?

“ pastinya sangat senang, apalagi ide yang kita berikan diterima dan dibuat menjadi satu gagasan, maka dari itu kita juga harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, komunikasi juga merupakan sebuah interaksi

untuk menyampaikan sesuatu pesan kepada orang lain. Dalam mendukung sebuah program kerja perusahaan.

Informan dengan Ibu Addiena Fachrunnisa berdasarkan wawancara Apakah dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan memotivasi karyawan untuk lebih berkembang dan maju?

“iya, sebab akan memicu bagi setiap karyawan untuk lebih bagus lagi, karena dengan motivasi dapat menciptakan keinginan-keinginan yang belum tercapai. Motivasi itu sendiri kemauan kerja karyawan yang timbulnya karena adanya dorongan dari dalam pribadi karyawan yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan, dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja.

Bila setiap karyawan diberikan kesempatan yang seluas-luasnya untuk naik jabatan, apa yang anda lakukan?

“Mendapatkan kesempatan seperti itu tidak akan disia-siakan begitu saja, pastinya impian setiap karyawan. Selain itu mendapatkan posisi yang tinggi di tempat kerja, akan semakin disegani oleh banyak orang. Maka saatnya untuk memposisikan diri seperti apa yang akan dicapai untuk selanjutnya, nah jika dulu persaingan tersebut ditunjukkan untuk mendapatkan pekerjaan, maka sekarang persaingan adalah untuk mendapatkan posisi yang terbaik diperusahaan. Biasanya bila seseorang akan naik jabatan akan diketahui dengan adanya pemanggilan bahwa sudah saat untuk naik jabatan dilihat dari selama ini dalam menjalankan semua tugas-tugas yang sudah diemban.

Apakah anda sudah puas dengan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan?

“ Sangat puas sekali, sebab dari awal saya bekerja sudah mendapat fasilitas yang terbaik, impian setiap karyawan bila berada didalam sebuah perusahaan mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang terbaik, saya mengetahui bahwa perusahaan ini sangat mengutamakan kualitas dan pelayanannya, dalam sikap tanggap setiap karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan .

PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT mengadakan forum



Photo bersama bapak Rudi Artono setelah selesai wawancara



1. Pembahasan

A. Informasi

Berdasarkan hasil penelitian, informasi adalah kumpulan data, yang sudah diolah sedemikian rupa, sehingga nantinya dapat memberikan informasi dan juga manfaat bagi kalangan tertentu ataupun bagi semua orang. Dalam prosesnya, data yang sudah dihimpun dan juga sudah dimiliki, kemudian diolah sedemikian rupa, sehingga data tersebut dapat menghasilkan sesuatu yang berguna dan juga informative.

B. Promosi

Kesempatan untuk maju di dalam organisasi sering dinamakan sebagai promosi (naik jabatan). Suatu promosi berarti perpindahan dari suatu jabatan ke jabatan lain yang mempunyai status dan tanggung jawab dan yang lebih tinggi. Menurut Tohardi yang dikutip dari Flippo (2002-382) bahwa promosi jabatan adalah merupakan perubahan dari pekerja yang satu ke yang lain yang mempunyai syarat-syarat lebih baik dalam kedudukan tanggung jawab.

Dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai arti yang penting bagi perusahaan, sebab dengan promosi berarti kestabilan perusahaan dan moral karyawan yang lebih terjamin. Promosi akan selalu diikuti oleh tugas, tanggung jawab yang lebih tinggi dari pada jabatan yang diduduki sebelumnya. Pada umumnya promosi juga diikuti dengan peningkatan pendapatan serta fasilitas yang lain. Namun, promosi sendiri sebenarnya mempunyai nilai karena merupakan bukti pengakuan, antara lain terhadap prestasinya.

C. Motivasi

Alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh individu. Seseorang dikatakan memiliki motivasi tinggi dapat diartikan orang tersebut memiliki alasan yang sangat kuat untuk mencapai apa yang diinginkan dengan mengerjakan pekerjaannya yang sekarang. Ada yang mengartikan motivasi sebagai sebuah alasan, dan ada juga yang mengartikan motivasi sama dengan semangat. Situasi sehingga menimbulkan motivasi atau dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau berperilaku sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh individu lain atau organisasi, motivasi adanya kesempatan untuk berkembang, jenis pekerjaan yang dilakukan, serta adanya perasaan bangga menjadi bagian dari organisasi dimana seseorang tersebut bekerja. disamping itu, motivasi kerja juga dipengaruhi oleh perasaan aman dalam bekerja, lingkungan kerja yang menyenangkan, penghargaan atas prestasi kerja, serta perlakuan yang adil dari pemimpin, dengan adanya pemberian penghargaan dapat memotivasi karyawan untuk lebih maju.

D. Kualitas

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh Humas PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT, selalu memperhatikan kualitas yang terbaik agar dapat mendapat respons, karena kualitas adalah sebagai hal utama. Dengan memberikan kualitas yang terbaik kepada karyawan yang mengikuti kegiatan Humas PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT tentunya akan membuat para karyawan merasa puas dan dapat meningkatkan kualitas perusahaan.

E. Pelayanan

Kepuasan komunikasi yang dilakukan oleh Humas PT. PLN (Persero) Wilayah I SUMUT dengan memberikan pelayanan kepada setiap kegiatan yang dilaksanakan. Pelayan tersebut dapat berupa menunrunkan ahli dibidangnya agar masyarakat benar-benar merasakan manfaat dari setiap kegiatan. Pelayanan tersebut juga dapat berupa pemberian fasilitas bagi karyawan yang mengikuti kegiatan Humas.

F. Perilaku perusahaan

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing- masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri, sehingga secara sengaja atau tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimiliki.

Dengan memiliki motivasi untuk bisa menghasilkan kinerja yang baik sehingga dapat menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Kemudian dengan pemberian penghargaan kepada karyawan yang berprestasi dapat memiliki motivasi kerja yang lebih baik.

G. Prestasi

Kinerja merupakan hasil kerja yang dihasilkan oleh karyawan atau perilaku nyata yang ditampilkan sesuai dengan peranannya dalam organisasi. Prestasi kerja hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang capai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam usaha organisasi untuk mencapai tujuannya, sehingga berbagai kegiatan harus dilakukan organisasi untuk meningkatkannya. Salah satu diantaranya adalah melalui penilaian prestasi kerja. Penilaian prestasi kerja merupakan proses melalui mana organisasi-organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Tujuan dilakukannya penilaian prestasi kerja secara umum ialah untuk memberikan feedback kepada karyawan dalam upaya memperbaiki tampilan kerjanya dan upaya meningkatkan produktivitas organisasi dan secara khusus dilakukan dalam kaitannya dengan berbagai kebijakan terhadap karyawan seperti untuk tujuan promosi. Dengan adanya penilai prestasi kerja karyawan tersebut dapat membantu meningkatkan loyalitas organisasi. Dimana karyawan akan mengetahui sampai dimana dan bagaimana prestasi kerjanya diketahui oleh atasan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya :

1. Terdapat hubungan positif antara komunikasi organisasi dan kepuasan karyawan pada PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut, kualitas kepemimpinan yang dimiliki oleh pemimpin cukup baik, maka pemimpin tersebut dinilai mampu dalam memotivasi para karyawan dengan cukup baik.
2. Diketahui bahwa berkomunikasi yang baik dari seorang pemimpin dapat memotivasi karyawan untuk lebih maju dan berkembang.
3. PT. PLN (Persero) Wilayah I Sumut memiliki dukungan yang tinggi bagi setiap karyawan untuk lebih maju, maka komunikasi organisasi sangat diperlukan, salah satu penunjang agar dalam suatu organisasi dapat berjalan, dengan menjaga kepuasan komunikasi karyawan di dalam organisasi. Kepuasan juga dapat menunjukkan kepada bagaimana baiknya informasi yang tersedia memenuhi persyaratan permintaan anggota organisasi akan tuntutan bagi informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskan, bagaimana diterima, diproses dan apa respon yang akan diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan langsung yang telah dilakukan peneliti sebagaimana yang telah diuraikan bab-bab terdahulu, peneliti telah mendapatkan kesimpulan yang merupakan reprints dari keseluruhan pembahasan. Peneliti memberikan saran-saran yang dimaksud masukan kepada pihak perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Diharapkan perusahaan agar terus menjaga juga mempertahankan etika baik dan kepeduliannya kepada seluruh karyawan. Seluruh staf-staf yang ada di perusahaan juga hendaknya berhubungan baik dengan seluruh karyawan, agar karyawan merasa nyaman dengan tata krama dan niat baik perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Hubungan baik sangat perlu dijalin dan dijaga antar perusahaan dengan publiknya agar tetap dapat memotivasi karyawan untuk lebih maju dan antusias dalam mengembangkan program-program perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anggoro, Linggar. M. 2008. *Teori & Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara

Ardil, H. 2014. *Paradigm dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara

Bismala, Lila dkk. 2015 *Perilaku Organisasi*, diterbitkan oleh Umsu press

Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta :RajaGrafindo Persada.

Effendy, Uchjana, Onong. 2005.*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*. Yogyakarta : Erlangga

Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa Edisi Pertama*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Alfabeta Bandung.

Uchana, Efendy. 1986. *Dinamika Komunikaai*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya

Sumber Internet: <https://googleweblight.com>, Dunia Komunikasi.