

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi interpersonal merupakan bagian dari komunikasi itu sendiri, maka terlebih dahulu harus di ketahui apa itu komunikasi? Komunikasi sendiri menurut Onong Uchjana Effendy (2000) berasal dari bahasa Inggris “*communication* “ dan bahasa latin “*communication*“ yang berarti sama, di sini adalah sama makna. Artinya, tujuan dari komunikasi adalah untuk membuat persamaan antara *sender* atau pengiriman pesan dan *receive* atau penerima pesan.

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan.

Setidaknya ada lima komponen atau unsur penting dalam komunikasi yang harus kita perhatikan yaitu; pengirim pesan (*sender*), pesan yang dikirimkan (*message*), bagaimana pesan tersebut dikirimkan *delivery channel* (media), menerima pesan (*receiver*) dan umpan balik (*feedback*).

Komunikasi oleh Widjaja, (2000;30-38) memiliki beberapa unsur antara lain:

- a. Sumber
- b. Komunikator
- c. Pesan
- d. Chanel/saluran
- e. Komunikasi
- f. Efe

Menurut Hovland dalam Erliana Hasan, (2005; 17) tentang komunikasi mengatakan bahwa:

“communication is the process by which an individual transmits stimuli usually verbal symbol to modify the behaviour of other individuals” diterjemahkan Komunikasi adalah proses dimana seseorang mentransmisikan rangsangan biasanya simbol verbal untuk memodifikasi perilaku individu lain”.

Menurut Kincaid dalam Erliana Hasan, (2005; 17-18), komunikasi adalah proses saling berbagi atau menggunakan informasi secara bersama dari pertalian antara peserta dalam proses informasi.

Sementara itu Gde dalam Erliana Hasan, (2005;19), komunikasi sebagai proses yang membuat suasana berbeda dalam kebersamaan kepada dua orang atau lebih yang tadinya monopoli satu orang saja.

Masih komunikasi, menurut Myers dan Myers dalam Erliana Hasan, (2005: 18) mengemukakan pendapatnya tentang komunikasi sebagai titik pusat kekuatan menyatukan sehingga terjadi koordinasi antara orang-orang dan karenanya mereka akan bergerak pada suatu tindakan yang terorganisir.

Menurut Lasswell komunikasi dapat didefinisikan sebagai:

- a) Siapa (*who*)
- b) Bicara apa (*says what*)
- c) Pada saluran mana (*in which channel*)
- d) Kepada siapa (*to whom*)
- e) Dengan pengaruh apa (*with what effect*)

Pendapat dari Soewarno Handaya Ningrat (1980: 94) Komunikasi adalah proses interaksi atau hubungan saling pengertian satu sama lain antara sesama manusia. Proses interaksi atau hubungan satu sama lain yang dikehendaki oleh seorang dengan maksud agar dapat diterima dan dimengerti antara sesamanya.

Menurut T. Hani Handoko (1986:272), Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus tidak hanya memerlukan transmisi data, tetapi bahwa tergantung pada ketrampilan-ketrampilan tertentu untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Pendapat dari Sukanto (1986: 176) Komunikasi adalah usaha mendorong orang lain untuk menginterpretasikan pendapat seperti apa yang dikehendaki oleh orang yang mempunyai pendapat tersebut serta diharapkan diperoleh titik kesamaan untuk pengertian.

Sumbangan pemikiran Lasswell dalam kajian teori komunikasi massa adalah identifikasi yang dilakukannya terhadap tiga fungsi dari komunikasi massa. Pertama adalah kemampuan kemampuan media massa memberikan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di sekitar kita, yang dinamakannya sebagai *surveillance*. Kedua, adalah kemampuan media massa memberikan berbagai pilihan dan alternatif dalam penyelesaian masalah yang dihadapi masyarakat, yang dinamakannya sebagai fungsi *correlation*. Ketiga adalah fungsi media massa dalam mensosialisasikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat, yang dalam terminologi Laswell dinamakan sebagai *transmission*.

Berdasarkan pernyataan dan definisi tersebut diatas dapat dikemukakan secara umum bahwa, komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia mengenai isi pikiran dan perasaannya. Pengungkapan isi pikiran dan perasaan tersebut apabila diaplikasikan secara benar dengan etika yang tepat akan mampu mencegah dan

menghindari konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, bahkan antarbangsa, sehingga dapat menjaga persatuan dan kesatuan bangsa terutama dalam organisasi yang bersangkutan.

a. Faktor – Faktor Penghambat Komunikasi

Kegagalan dalam berkomunikasi sering terjadi karena banyak hambatan-hambatan. Salah satu hambatan yang ditimbulkan dari unsur manusia yang terlibat didalamnya ialah karena persepsi yang berbeda. Dimana dalam persepsi ada kecenderungan menghambat informasi baru, terutama jika informasi itu bertentangan dengan apa yang diyakini. Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memakai informasi tentang lingkungannya, lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Adapun faktor–faktor penghambat komunikasi menurut (Effendy, 2008:11–16)

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (situational context). Ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor - faktor:

1) Hambatan sosiologis

Seseorang sosiologi jerman bernama Ferdinan Tonnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi

dua jenis pergaulan yang ia namakan *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*.

2) Hambatan antropologis.

Manusia, meskipun satu sama lain sama dalam jenisnya sebagai makhluk “*homo sapiens*”, tetapi ditakdirkan berbeda dalam banyak hal. Berbeda dalam postur, warna kulit, dan kebudayaan, yang pada kelanjutannya berbeda dalam gaya hidup (*way of life*), norma, kebiasaan dan bahasa.

3) Hambatan psikologis.

faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikannya.

4) Hambatan semantik.

Faktor semantik menyangku bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikannya.

5) hambatan mekanis.

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi.

6) Hambatan ekologis.

Hambatan ekologis terjadi di sebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlansungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

b. Faktor Pembentuk atau Faktor Pendukung Komunikasi

Proses komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, seorang komunikator menyampaikan suatu pesan (*message*) dan komunikan mengawas isi pesan yang diterimanya tersebut. dalam situasi yang dilakukan dengan tatap muka (*face to face communication*) umpan balik (*feedback*) atau tanggapan dari komunikan dapat diketahui secara langsung oleh komunikator. Untuk itu seseorang komunikator harus bisa dengan cepat serta tanggap suatu pesan, sehingga keberhasilan sejak awal dapat dipelihara.

Faktor pembentuk lain menurut Effendy 1985

- 1) Komunikasi harus tepat waktu dan tepat sasaran ketepatan waktu dalam menyampaikan komunikasi harus betul-betul diperhatikan, sebab apabila penyampaian komunikasi tersebut terlambat maka kemungkinan apa yang disampaikan tersebut tidak ada manfaatnya lagi.
- 2) Komunikasi harus lengkap selain komunikasi yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh penerima komunikasi, maka komunikasi tersebut harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi. Hal itu perlu ditekankan, sebab meskipun komunikasi mudah dimengerti tetapi apabila

komunikasi tersebut kurang lengkap, maka hal itu menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi, sehingga pelaksanaan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.

- 3) Komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi dalam menyampaikan suatu komunikasi, apalagi bilamana komunikasi yang harus disampaikan tersebut merupakan hal-hal yang penting yang perlu pengertian secara mendalam, maka faktor situasi dan kondisi yang tepat perlu diperhatikan. Apabila situasi dan kondisi dirasakan kurang tepat, bilamana komunikasi yang akan disampaikan tersebut dapat ditunda maka sebaiknya penyampaian komunikasi tersebut ditangguhkan.
- 4) Komunikasi perlu menghindari kata-kata yang tidak enak agar komunikasi yang disampaikan mudah dimengerti dan diindahkan maka perlu dihindarkan kata-kata yang kurang baik. Dengan kata-kata yang kurang enak ini dimaksudkan adalah kata-kata yang dapat menyinggung perasaan penerima informasi, meskipun dalam kamus hal itu tidak salah dan cukup jelas.
- 5) Adanya persuasi dalam komunikasi seringkali manajer harus merubah sikap, tingkah laku dan perbuatan dari orang-orangnya sesuai dengan yang diinginkan, untuk itu dalam pelaksanaan komunikasi harus disertai dengan persuasi.

c. Fungsi komunikasi

Dalam kajian ilmu komunikasi banyak ahli mengemukakan pendapatnya tentang fungsi-fungsi komunikasi. Bertolak dari pengertian dan pemaknaan komunikasi yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dinyatakan bahwa komunikasi merupakan dasar bagi semua interaksi manusia, termasuk didalamnya interaksi kelompok.

Oleh sebab itu komunikasi dikatakan memiliki peran dominan dalam kehidupan manusia, sehingga fungsi komunikasi adalah mencapai tujuan peran tersebut, yaitu antara lain :

- 1) Mencapai pengertian satu sama lain
- 2) Membina kepercayaan
- 3) Mengkoordinir tindakan
- 4) Merencanakan strategi
- 5) Melakukan pembagian pekerjaan
- 6) Melakukan aktivitas kelompok
- 7) Berbagi rasa

Selain itu komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau dalam kelompok tertentu yaitu menurut Robbins 1996: 5 dalam Erliana (2005; 23):

- 1) Fungsi pengawasan
- 2) Fungsi motivasi
- 3) Fungsi pengungkapan emosional
- 4) Fungsi informasi

Lebih lanjutnya, Nurudin (2010:15-16) juga mengemukakan, ada tiga kelompok yang selama ini melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Fungsi yang pertama, dijalankan oleh para diplomat, atase dan konsuler luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan. Fungsi kedua, lebih diperankan oleh para editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal. Ada fungsi yang ketiga, adalah para pendidik di dalam pendidikan informal atau formal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain karena kita dapat menggunakan kalimat alat indra kita untuk mempertinggi daya bujukan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antar pribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataan komunikasi tatap muka ini membuat manusia lebih akrab dengan sesama yang berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, atau pun lewat teknologi tercanggih.

Dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi interpersonal dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya yaitu komunikasi interpersonal umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Komunikator dan komunikan saling bertatap muka, terjadilah kontak pribadi (*personal contact*) yang menimbulkan

antar komunikan dan komunikator, ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, umpan balik akan terjadi secara seketika (*immediate feedback*).

Komunikator akan mengetahui pesan tersampaikan secara baik atau tidak ketika melihat tanggapan komunikan terhadap pesan yang disampaikan melalui ekspresi wajah dan gaya bahasa, apabila umpan baliknya positif artinya tanggapan dari komunikan tersebut menyenangkan untuk komunikator dan komunikator akan mempertahankan gaya komunikasi yang sudah terbangun, sebaliknya jika tanggapan negative dan komunikan maka komunikator harus berubah gaya komunikasi agar kedepannya dapat berkomunikasi harus berubah yang jauh lebih baik.

Menurut Widjaja, (2000:122) Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertaya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Komunikasi antar pribadi dalam definisi ini merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan di antara dua orang atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai efek dan umpan balik (*feedback*). Dalam definisi ini setiap komponen harus di pandang dan di jeleskan sebagai bagian-bagian yang terintegrasi dalam tindakan komunikasi antar pribadi.

Menurut Ubaedy (2008:13) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau lebih di mana masing-masing punya keterlibatan emosi personal, komitmen dalam menjalani hubungan itu. itu kita bisa melihat pada hubungan guru-murid, orang tua-anak, mitra bisnis, dan lain-lain. Jadi interpersonal itu adalah *involvement with* (ada keterlibatan) dan *commitment to* (ada komitmen).

Komunikasi antar pribadi *interpersonal* yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi Diadik (*Dyadic Communicatiaon*) dan komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*). Komunikasi diadik ialah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dalam informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

Komunikasi kelompok kecil ialah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya, (Cangara,2010:32-33).

a. Faktor Penghambat Komunikasi Interpersonal

Dalam proses komunikasi tidak lepas dari hambatan-hambatan yang dapat mengganggu kelancaran komunikasi. Oleh karena itu seorang komunikator harus mampu dan jelas untuk hambatan sebelum melakukan komunikasi, hambatan itu bisa datang dari komunikator ataupun dari luar komunikator itu sendiri.

Proses komunikasi pada umumnya ialah memungkinkan terjadi berbagai hambatan, perlu kita ketahui berbagai hambatan-hambatan tersebut, yakni:

- 1) Apabila kurang kecakapan komunikasi maka harus lebih banyak belajar, Pelajari teori dan kemudian peraktekan

- 2) Sikap yang kurang tepat dapat diatasi dengan mengetahui hubungan kemanusiaan, yakni hubungan, serasi, selaras, dan seimbang serta mengetahui etika pergaulan, diperlukan sikap yang simpati, ramah tamah, wajar, tidak sombong, rendah hati, cepat membaca situasi.
- 3) Isi pesan berlebihan penjelasan diberikan sesuai dengan pesan yang disampaikan mengenai hal-hal yang relevan saja. Kadang-kadang diperlukan “tanda pengatas” yang dapat dimengerti tanpa penjelasan panjang lebar yang menjemukan.
- 4) Keadaan psikologis Komunikasikan dalam berkomunikasi diperlukan keadaan sehat, apabila ada kekurangan baik nonfisik maupun nonfisik diperlukan alat bantu sebagai penolong, penanganan pencegahan perlu diperhatikan dalam hal ini (Widjaja, 2000 : 69-70).

Menurut Suranto (2001:73-76) berikut ada dua faktor yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya komunikasi interpersonal, yaitu:

- 1) Faktor biologis

Manusia adalah makhluk biologis yang tidak berbeda dengan hewan. Beberapa peneliti menunjukkan pengaruh motif biologis terhadap perilaku antar komunikasi antar manusia. Tahun 1950 Keys dan rekan-rekannya menyelidiki pengaruh rasa lapar. Selama 6 bulan, 32 subjek tersedia menjalani eksperimen setengah lapar, selama eksperimen terjadi perubahan kepribadian yang dramatis. Mereka menjadi mudah tersinggung, suka bergaul, dan tidak berkonsentrasi.

Contoh lainnya adalah kondisi kurang tidur (mengantuk). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa kurang tidur dapat meningkatkan sifat mudah tersinggung, dan tida budaya memecahkan persoalan. Oleh karena itu dalam proses komukasi interpersonal seringkali koita berhadapan dengan orang yang terlalu sensitive, mudah tersinggung sehingga pesan–pesan yang kita sampaikan dianggapi dengan kecurigaan yang tidak rasional.

Bedasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kondisi biologis yang memadai seperti: kesehatan yang baik, kosentrasi yang bagus dan sebagainya akan mempengaruhi keberhasilan komunikasi.

b. Faktor Pendukung Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, seorang komunikator menjadi suatu pesan (*massage*) dan komunikan mengawasi isi pesan yang diterima nya tersebut. Dalam situasi yang dilakukan dengan tatap muka (*face to face communication*) umpan balik (*feedback*) atau tanggapan dari komunikan dapat diketahui secara langsung oleh komunikator. Untuk itu seorang komunikator harus bisa dengan cepat serta tanggap terhadap suatu pesan, sehingga keberhasilan sejak awal dapat di pelihara, pendahuluan dalam

Erliana Hasan : 2005

c. Efektifitas Komunikasi interpersonal

Pada hakikatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan. Komunikan ini paling efektif mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal bersifat diologis. Artinya harus baik terjadi langsung. Komunikaor mengehtaui tanggapan

komunikasikan saat itu juga. Komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif, negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak berhasil maka komunikator dapat memberikan kesempatan pada komunikannya untuk bertanya seluas-luasnya. Komunikasi antar pribadi, sebagai suatu bentuk perilaku, dapat berubah dari sangat efektif kesangat tidak efektif. Pada suatu saat komunikasi bisa lebih buruk dan pada saat lain bisa lebih baik. Dalam hal ini, kita akan mempelajari karakteristik-karakteristik dari efektifitas komunikasi antarpribadi.

Karakteristik-karakteristik efektifitas komunikasi antarpribadi ini oleh Yosep De Vito (1986) dalam bukunya *The interpersonal communication* Book dilihat dari 2 perspektif dalam Widjaja, 2000:127-128), yaitu:

- a. Perspektif humanistic, meliputi sifat-sifat:
 - 1) Keterbukaan (*openness*) yaitu merupakan hal terbuka, perasaan toleransi serta merupakan landasan untuk berkomunikasi
 - 2) Perilaku suportif (*supportiveness*) yaitu seorang dalam menghadapi satu masalah harus spontanitas dan profesionalisme
 - 3) Perilaku positif (*positiveness*) merupakan pandangan positif terhadap diri sendiri dan perasaan positif terhadap orang lain
 - 4) Empati (*empathy*) merupakan kemampuan seorang untuk menempatkan dirinya pada peranan atau posisi orang lain
 - 5) Kesamaan (*equality*) yaitu mempunyai kesamaan di bidang pengalaman di antara pelaku komunikasi

b. Perspektif pragmatis meliputisifat-sifat:

- 1) Bersikap yakni (*confidence*) yaitu dalam hal ini bahwa seseorang tidak merasa malu, gugup, atau gelisah menghadapi orang lain.
- 2) Kerbesaman (*immediacy*) yaitu sikap kebersamaan ini dapat dikomunikasikan baik melalui komunikasi yang sifatnya verbal maupun nonferbal.
- 3) Manajemen interaksi (*interaction managemen*) yaitu seorang yang menginginkan komunikasi yang efektif akan mengontrol dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak sehingga seorangpun merasa di abaikan.
- 4) Prilaku ekspretif (*exprssivenss*) memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain.
- 5) Orientasi pada orang lain (*other orientation*) yaitu kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama melakukan komunikasi antar orang lain.

Pada dasarnya komunikasi dirincikan oleh sejumlah atribut tertentu. Pemahaman atas atribut-atribut itu besar bagi peringatan-pengertian kita mengenai komunikasi dan prosesnya. Agus Dharma dalam (dalam Widjaja, 2000:44).

” Atribut-Atribut dan efektifitas komunikasi”, mengemukakan:

- 1) Terjadinya komunikasi tidak dapat dihindari.
- 2) Komunikasi merupakan konsep transaksional.

- 3) Komunikasi telah terjadi apabila penerima pesan atau informasi telah terpengaruh.
- 4) Komunikasi tidak dapat berdiri sendiri diluar konteks (dalam Widjaja, 2000:44).

d. Fungsi Komunikasi Interpesonal

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relation*), menghindari dari mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian sesuatu, serta sebagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Komunikasi antar pribadi, dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan di antar pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup masyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan-kemudahan dalam hidupnya karena memiliki banyak sahabat. Melalui komunikasi antar pribadi, juga kita dapat berusaha membina hubungan yang baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik_konflik di antar kita, apakah dengan tetangga, teman kantor atau dengan orang lain.

Fungsi ialah berperan serta didalam suatu kegiatan atau keikutsertaan. Fungsi atau keikutsertaan dalam suatu kegiatan atau ikt serta dalam peristiwa atau kejadian, seperti hal nya komunikasi pimpinan ikutsertaan dalam proses meningkatkan motivasi kerja kariyawan PT Asahan Indah. Dalam proses tersebut tidak lepas menggunakan komunikasi interpersonal suatu langkah yang dilakukan demi tercapainya sesuatu yang di inginkan lebih efektif, fungsi komunikasi interpersonal sebagai sarana informasi dalam penyampaian pesan, tidak lepas dari

jalanya proses komunikasi interpersonal antara pimpinan dan bawahan (Cangara,2010:60-63).

Sebagaimana telah diuraikan, komunikasi interpersonal dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan. Ada 6 tujuan komunikasi interpersonal yang dianggap penting untuk dipelajari (Widjaja, 2010:122).

- 1). Mengenal diri sendiri dengan orang lain.
- 2). Mengetahui dunia luar.
- 3). Menciptakan dan memelihara hubungan.
- 4). Mengubah sikap dan perilaku.
- 5). Bermain dan mencari hiburan.
- 6). Membantu orang lain

3. Kepemimpinan

Menurut Sedarmayanti (2009; 119) Kepemimpinan atau manager yang berarti :

1. Seseorang yang mampu mempengaruhi orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai yang diinginkannya.
2. Seseorang yang menjalankan kepemimpinan, sedangkan pimpinan (manager) adalah seorang yang menjalankan manajemen. Orang yang sama menjalankan dua hal secara efektif manajemen dan kepemimpinan.
3. Orang yang melakukan atau menjalankan kepemimpinan
4. Pemimpin mencerminkan kedudukan seseorang atau kelompok orang pada hierarki tertentu dalam organisasi, yang mempunyai bawahan, karena kedudukan yang bersangkutan mendapatkan kekuasaan formal dan tanggung jawab.

Menurut Ali (2012: 67) Kepemimpinan merupakan inti dari organisasi dan manajemen, kepemimpinan mempunyai peran menentukan kegagalan dan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Ada beberapa hal mengenai kepemimpinan:

1. Proses dimana seseorang atau sekelompok orang memainkan pengaruh atas orang lain, menginspirasi, memotivasi dan mengarahkan aktivitas mereka untuk mencapai sasaran atau tujuan;
2. Kepemimpinan merupakan kemampuan positif mempengaruhi orang dan sistem untuk memberikan dampak yang berguna dan mencapai hasil yang diinginkan.
3. Kepemimpinan yang efektif akan meningkatkan kemampuan dan keunggulan organisasi untuk memberi inovasi nilai secara terus-menerus kepada pasar dan/pelanggan.
4. Kepemimpinan terdiri atas kepemimpinan diri (*self leadership*) kepemimpinan Tim (*TIM leadership*) dan kepemimpinan organisasi (*organizational leadership*).

Menurut Dent (dalam Ali, 2012 :69) Kepemimpinan mempunyai beberapa karakter yaitu:

1. Kepemimpinan situasional (*situational leadership*)
2. Kepemimpinan karismatik (*charismatics leadership*)
3. Kepemimpinan transaksional (*transactional leadership*)
4. Kepemimpinan transformasional (*transformational leadership*)
5. Kepemimpinan Prilaku (*behavioural leadership*).

a. Komunikasi Pemimpin

Peran tentang pimpinan umumnya merupakan suatu topik lengkap yang bisa ditempatkan dalam berbagai lembaga ataupun organisasi. sampai dengan sekarang ini, banyak konsep pimpinan yang telah dikemukakan oleh para ahlinya. Namun demikian, sejauh ini kita mengalami kesulitan untuk memperoleh suatu konsep tunggal yg memuaskan. Dalam arti bisa di terima oleh berbagai kalangan dengan merumuskan kenyataan semacam ini bisa di mengerti mengingat konsep-konsep pimpinan yang ada sering kali mengandung pengertian yang sukar ditangkap, dan tidak jarang sekali bertentangan antara yang satu dengan yang lainnya.

Kepimpinan merupakan suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, mempengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan. Ilmu kepemimpinan telah semakin berkembang seiring dengan dinamika perkembangan hidup manusia. (Irham, 2014:15).

Ricky W. Griffin (dalam Fahi, 2014:16) mengatakan, pemimpin adalah individu yang mampu mempengaruhi perilaku orang lain tanpa harus mengandalkan kekerasan; pemimpin adalah individu yang diterima oleh orang lain sebagai pemimpi.

Perilaku merupakan bagian dari proses komunikasi. Bila kita melihat apa yang terjadi ketika seseorang terlibat dalam komunikasi, ketika menemukan bahwa terdapat bentuk umum tindakan yang terjadi: penciptaan pesan atau, lebih tepatnya,

penciptaan pertunjukan (*display*) dan penafsiran pesan atau penafsiran pertunjukan. (Pace & Faules, 2006:26)

Teori ini berkembang dengan memusatkan pada karakteristik pribadi seorang pemimpin. Teori ini, yang sampai pertengahan tahun 1940-an merupakan dasar dari banyak penelitian tentang kepemimpinan, mencatat bakat pembawaan yang meyakinkan sebagai ciri-ciri kepemimpinan. Daftar ini makin lama makin panjang, meliputi segala macam faktor fisik, keperibadian, dan pengertian, termasuk tinggi badan, kecerdasan, dan keterampilan berkomunikasi.

Pendekatan interaksionis (*Interactional Theory*) pemimpin menyatakan bahwa ciri-ciri individual dan situasi kelompok berada, kedua-duanya menentukan siapa yang menjadi pemimpin. Akibat teori ini kemudian timbul pandangan yang menyatakan bahwa pemimpin-pemimpin itu terlahir (*born*) dan terbentuk (*made*), karena pemimpin itu memerlukan kemampuan dan keterampilan tertentu, tetapi bila situasi dan kebutuhan kelompok berubah, demikian pulak orang yang diterima sebagai pemimpin juga berubah (Wirjana & Supardo, 2005: 14-15).

b. Konsep Dasar Pemimpin

Secara luas, komunikasi dapat diartikan sebagai “*process of menifal interaction among human being*”, atau suatu proses saling mempengaruhi yang penting antar manusia.) secara khusus komunikasi ini merupakan suatu proses yang isi-nya dapat dilihat dan tercapainya saling pengertian antara sesama manusia (Sugadha, 1981;59)

Konsep dasar pemimpin dalam melakukan pembahasan mengenai komponen ke-pemimpinan sebagai inti manajemen ada beberapa yang akan

dijelaskan bahwa dalam upaya untuk membuktikan ke-benaran pendapat yang mengatakan bahwa kepemimpinan merupakan inti manajemen, dua definisi perlu dijadikan titik tolak berfikir, yaitu:

- 1) Kepemimpinan adalah kemampuan dan seni memperoleh hasil melalui kegiatan dengan memengaruhi orang lain dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Kepemimpinan merupakan kemampuan mempengaruhi orang lain dalam hal ini para bawahan sehingga mau dan mampu melakukan kegiatan tertentu meskipun secara pribadi hal tersebut mungkin tidak disenanginya.(Namawi, 2015:153-154)

Dari defenisi diatas maka dapat disimpulkan pimpinan ialah kemampuan seseorang pemimpin yang mempunyai kredibilitas yang mampu untuk memimpin dan memberi perintah kepada anggota ataupun bawahannya, Adapun yang dimaksud dalam penelitian disini adalah pimpinan perusahaan PT Sawit Asahan Indah (SAI) kabupaten rokan hulu dalam meningkatkan motivasi karyawan.Perusahaan SAI merupakan salah satu perusahaan kelapa sawit yang terdapat di kabupaten Rokan Hulu yang mempunyai berbagai tingkat pendidikan, budaya, suku dan adat istiadat yang berbeda.

c. Konsep Kepemimpinan Komunikasi

Pengertian komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin communis atau dalam bahasa inggrisnya common berarti sama. Apabila kita berkomunikasi berarti kita dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu

persamaan dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi pengertian komunikasi secara harfiah adalah proses menghubungi atau mengadakan perhubungan.

Ahli komunikasi mengatakan bahwa “*communication is the process of sending and reciving symbols with attach meaning*”. Artinya bahwa komunikasi sebagian kegiatan penyampaian informasi dan pengertian dengan menggunakan tanda-tanda yang sama. *Communication is the evoking of a shered or common meaning in another person.* (Nelson & Quick, 2006: 250). Komunikasi adalah untuk membangkitkan pengertian bersama kepada orang lain.

Demikian juga Jennifer M. George (2006: 437) mendefinisikan bahwa komunikasi adalah membagi informasi antara dua orang atau lebih atau kelompok untuk mencapai pemahaman bersama, (*Comunication the shering of information between two or more individuals or group to reach a common understanding*).

Berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan hidup manusia. Dengan berkomunikasi manusia akan dapat berhubungan antara satu dengan yang lain, sehingga kehidupan manusia akan bermakna. Disisi lain ada sejumlah kebutuhan dalam diri manusia itu hanya dapat dipenuhi melalau komunikasi dengan sesama. Makin banyak manusia itu melakukan aktivitas komunikasi antara satu dengan yang lainnya, akan semakin banyak informasi yang didapatnya dan semakin besar peluang keberhasilan seseorang itu dalam kehidupannya.

Dalam komunikasi diperlukan sedikitnya tiga unsur yaitu sumber (*source*), berita atau pesan (*message*), dan sasaran (*destination*). Sumber dapat berupa individu atau organisasi komunikasi. Berita atau pesan dapat berupa tulisan, gelombang suara atau komunikasi arus listrik, lambaian tangan, bendera berkibar,

atau benda lain yang mempunyai arti. Sasaran dapat berupa seorang pendengar, penonton, pembaca, anggota dari kelompok diskusi, mahasiswa, dan lain-lain.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Struktur organisasi cenderung mempengaruhi komunikasi, dengan demikian komunikasi dari bawahan kepada pimpinan sangat berbeda dengan komunikasi antar sesamanya

Di dalam sebuah organisasi pemimpin adalah sebagai komunikator. Pemimpin yang efektif pada umumnya memiliki kemampuan komunikasi yang efektif, sehingga sedikit banyak akan mampu merangsang partisipasi orang-orang yang dipimpinya. Dia juga harus piawai dalam melakukan komunikasi baik komunikasi verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal yang baik dapat dilakukan dengan menggunakan tutur kata yang ramah, sopan, dan lembut. Komunikasi non verbal dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan konsep-konsep yang abstrak misalnya kebenaran, keadilan, etika, dan agama secara non verbal misal menggunakan bahasa tubuh.¹

d. Fungsi Komunikasi Kepemimpinan

Fungsi kepemimpinan menurut Adair (2008:11) adalah

1. Perencanaan yaitu mencari informasi yang tersedia, mendefinisikan tugas, maksud atau tujuan tugas kelompok, membuat rencana yang dapat terlaksana.

¹ (<https://jurnalalishlah.wordpress>)

2. Pemeriksaan yaitu memberikan pengarah pada kelompok mengenai sasaran dan rencana, menjelaskan mengapa menetapkan sasaran atau rencana merupakan hal yang penting, membagi tugas pada anggota kelompok, menetapkan standar kelompok.
3. Pengendalian yaitu memelihara antar kelompok, mempengaruhi tempo, memastikan semua tindakan diambil dalam upaya meraih tujuan, menjaga relevan diskusi, dan mendorong kelompok mengambil tindakan atau keputusan.
4. Pendukung yaitu mengungkapkan pengakuan terhadap orang dan kontribusi mereka, memberi semangat kepada kelompok/individu, menciptakan semangat tim, meredakan ketegangan dengan humor, meredakan perselisihan atau memintak orang lain menyelidikinya.
5. Penginformasian yaitu memperjelaskan tugas dan rencana, memberikan informasi dari kelompok, membuat ringkasan atas usul dan gagasan masuk akal.
6. Pengevaluasian yaitu mengevaluasi kelayakan gagasan, menguji konsekuensi solusi yang di usulkan, mengevaluasi, perstasi kelompok, membantuk kelompok mengevaluasi sendiri perstasi mereka berdasarkan standar yang ada.

a) Fungsi informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih

baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti, informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya. (Namawi, 2015:)

b) Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini, yaitu:

- 1) Atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Disamping itu mereka juga mempunyai kewenangan untuk memberikan instruksi atau perintah, sehingga dalam struktur organisasi kemungkinan mereka ditempatkan pada lapis atas (position of authority) supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya.
- 2) Berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan-peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

c) *Fungsi Persuasif*

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

d) *Fungsi Integratif*

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*newsletter*, buletin) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan tindak berbagi informasi dan gagasan. Untuk itu kita perlu memahami style atau gaya seseorang ketika ia berkomunikasi. Gaya komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation*). Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk

mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).²

e. Gaya Kepemimpinan

Salah satu teori gaya kepemimpinan yang paling banyak didiskusikan adalah yang dikemukakan oleh Blake Mouton (1964), yang semula disebut kisi manajerial (*managerial grid*) tapi kini disebut kisi kepemimpinan (1991). kisi ini berasal dari hal-hal yang mendasari perhatian manajer; perhatiannya pada tugas atau pada hal-hal yang telah direncanakan untuk diselesaikan oleh organisasi, perhatian kepada orang-orang dan unsur-unsur organisasi mempengaruhimereka. Kisini menggambarkan bagaimana perhatian pemimpin pada tugas dan pada manusia berkelanjutan sehingga menciptakan gaya pengelolaan dan kepemimpinan. menunjukkan bagaimana perhatian-perhatian tersebut berkaitan satu sama lainnya. kelima jenis gaya eksterm yang dikemukakan model kisi disajikan secara singkat berikut ini (Mulyana, 2013 : 80-82)

a) Gaya Pengalah (*Impoverished Style*).

Gaya ini ditandai kurangnya perhatian terhadap produksi. Pemimpin yang lemah cenderung menerima keputusan orang lain, menyetujui pendapat, sikap, dan gagasan-gagasan orang lain, serta menghindari sikap memihak. Bila terjadi konflik, pemimpin jenis ini tetap netral dan berdiri di luar masalah. Dengan tetap netral, pemimpin pengalah jarang terlibat. Pemimpin pengalah hanya berusaha sedikit untuk mengatasi keadaan.

² (<https://jurnalalishlah.wordpress.com>).

b) Gaya Pemimpin Pertengahan (*Middle-of-the-Road Style*).

Gaya ini ditandai oleh perhatian yang seimbang terhadap produksi dan manusia. Pemimpin jenis ini mencari cara-cara yang dapat berguna, meskipun mungkin tidak sempurna, untuk memecahkan masalah. Bila ada pendapat, gagasan, dan sikap berbeda dengan yang dianutnya, pemimpin gaya pertengahan berusaha untuk jujur tapi tegas dan mencari pemecahan yang tidak memihak. Bila mendapat tekanan, pemimpin gaya pertengahan mungkin saja menjadi bimbang dan mencari jalan untuk menghindari ketegangan. Pemimpin seperti ini akan berusaha untuk mempertahankan keadaan tetap baik.

c) Gaya Tim (*Team Style*).

Gaya ini ditandai oleh perhatian yang tinggi terhadap tugas dan manusia. Pemimpin tim amat menghargai keputusan yang logis dan keratif sebagai hasil dari pengertian dan kesepakatan anggota organisasi. Pemimpin tim mendengarkan dan mencari gagasan, pendapat dan sikap yang berbeda dari yang dianutnya. Pemimpin tim keyakinan kuat apa-apa yang harus dilakukan, tetapi memberi respons pada gagasan orang lain yang logis dengan mengubah pendapat. Bila terjadi konflik pemimpin tim mencoba memeriksa alasan-alasan timbul perbedaan dan mencari penyebab utamanya. Dalam keadaan marah, seorang pemimpin tim dapat mengendalikan dirinya meskipun kadang-kadang terlihat jengkel pemimpin jenis ini mempunyai rasa humor yang besar meskipun mungkin ia sedang dalam keadaan tertekan, dan ia menunjukkan usaha kerserta mengikutsertakan orang lain untuk ikut bergabung bersamanya. Pemimpin tim mampu menunjukkan kebutuhan akan

saling mempercayai dan saling menghargai di antara sesama anggota tim, juga menghargai pekerjaan.

d) Gaya Santai (*Country Club Style*).

Gaya ini ditandai oleh rendahnya perhatian terhadap tugas dan perhatian yang tinggi terhadap manusia pemimpin jenis ini amat menghargai hubungan baik di antara sesama orang. Ia lebih suka menerima pendapat, sikap, dan gagasan orang lain dari pada memaksakan kehendaknya. Ia menghindari terjadi konflik tapi bila ini tidak dapat dihindari, ia mencoba untuk melunakan perasaan orang dan menjaga agar mereka tetap berkeja sama. Pemimpin gaya santai selalu bersikap hangat dan ramah mengurangi ketegangan yang ditimbulkan oleh adanya gangguan. Pemimpin seperti ini lebih banyak bersikap menolong dari pada pemimpin.

e) Gaya Kerja (*Task Style*).

Gaya ini ditandai oleh perhatian yang tinggi terhadap pelaksanaan kerja tetapi amat kurang memperhatikan manusianya. Pemimpin gaya kerja adalah orang perhatian utamanya ada melaksanakan dan penyelesaian pekerjaan secara efisien. Pemimpin jenis ini cenderung untuk mempertahankan gagasannya pendapatnya, serta sikapnya meskipun ini kadang-kadang ini dihasilkan dengan cara menekan orang lain. Bila timbul konflik, pemimpin jenis ini cenderung menghentikannya atau menekan posisinya dengan cara membela diri, berkeras pada pendiriannya atau mengulangi konflik dengan sejumlah argumentasi baru. Bila sesuatu fungsi seorang lainnya supaya semuanya kembali berjalan dengan baik.

f. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kualitas Kinerja

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

Perolehan semua ini baru akan terjadi dalam waktu yang panjang, dan sifatnya berotasi. Ini sebagaimana dikatakan oleh Andrias Harefa bahwa "penguasaan kompetensi baru akan terjadi jika pemimpin mengalami proses rotasi untuk mengerjakan tugas yang berbeda, sehingga ia terus belajar" Rotasi disini dapat terjadi dalam bentuk pemindahan tugas dari satu tempat ke tempat lainnya.

Untuk persoalan persaingan antara pimpinan dan karyawan yang berpotensi, andrias harefa mengatakan "namun bagi saya pertumbuhan dan perkembangan orang-orang yang berpotensi menjadi pimpinan bisnis justru menjadi tantangan untuk menyalurkan mereka supaya meraih peluang-peluang baru mendirikan unit-unit bisnis yang baru, sehingga saluran pipa kepemimpinan (leadership pipeline) ini terus-menerus memproduksi pemimpin baru yang menyosong peluang baru".

Karyawan adalah salah satu bentuk aset internal yang paling berharga dimiliki oleh perusahaan. Artinya dengan kebijakan dan usaha kuat untuk selalu menjaga dan mempertahankan karyawan maka diharapkan akan mampu menghindari faktor-faktor yang mengakibatkan tidak tercapai tujuan organisasi. Ini sebagai dikemukakan oleh moeller & Witt bahwa, faktor-faktor yang mengakibatkan tidak tercapainya tujuan organisasi antara lain: (1) Management Overrides or

Collusien: (2) internal control Cost versus Benefits: (Moeller & Wiit, 1999). Dari pendapat diatas dapat kita tarik suatu pemahaman bahwa seorang pemimpin memiliki pengaruh besar dalam mendorong meningkatkan kinerja karyawan. Peningkatan kualitas kinerja bawahan memiliki pengaruh pada penciptaan kualitas kerja sesuai dengan harapan. Artinya para mitra bisnis dan konsumen akan menyukai hasil produk. (output) yang dihasilkan, dan ini berdampak pada kondisi peningkatan perolehan keuntungan perusahaan khususnya. Perolehan keuntungan artinya kinerja keuangan (financial performance) yang di hasil sesuai harapan.

4. Konsep Motivasi

Kunci aktivitas human relations adalah motivasi (*motivating*). Memotivasi para karyawan untuk bekerja giat berdasarkan kebutuhan mereka secara memuaskan, yakni kebutuhan akan upah yang cukup bagi keperluan hidup, kebahagiaan keluarganya, kemajuan dirinya sendiri, dan lain sebagainya.

Menurut Siagian (2003;106) motivasi merupakan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis.

Menurut Maslow (dalam Purwanto. 2007;23) mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu dapat diklasifikasikan pada lima hierarki kebutuhan yaitu :

1. Kebutuhan Fisiologi : Pangan, sandang, papan, kepuasan seksual, dan tuntutan-tuntutan fisik lainnya.
2. Kebutuhan Rasa Aman : Rasa aman dan perlindungan terhadap hal yang membahayakan fisik, emosional, dan juga jaminan bahwa kebutuhan-kebutuhan fisik itu terpuisi.

3. Kebutuhan Sosial : Rasa saying, rasa termasuk dalam kelompok, diterima, dan persahabatan.
4. Kebutuhan Penghargaan : Faktor-faktor penghargaan batiniah seperti harga diri, otonomi, dan prestasi dan faktor harga diri luar seperti status, pengakuan dan perhatian.
5. Kebutuhan Aktualisasi Diri : pertumbuhan, mencapai potensi seseorang, dan pelaksanaan dari dorongan untuk menjadi apa yang mampu untuk dicapai seseorang.

Motivasi seseorang akan ditentukan oleh stimulusnya. Stimulus yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi seseorang sehingga menimbulkan pengaruh perilaku orang yang bersangkutan. Motivasi seseorang menurut sagir (dalam Siswanto. 2005;122-124) biasanya meliputi hal-hal berikut :

- a. Kinerja (*Achievement*)
Seseorang yang memiliki keinginan berprestasi sebagai suatu kebutuhan (needs) dapat mendorongnya mencapai sasaran.
- b. Penghargaan (*Recognition*)
Penghargaan, pengakuan (recognition) atas suatu kinerja yang telah dicapai oleh seseorang merupakan stimulus yang kuat.
- c. Tantangan (*Challenge*)
Adanya tantangan yang dihadapi merupakan stimulus kuat bagi manusia untuk mengatasinya.
- d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)
Adanya rasa takut serta memiliki (sense of belonging) atau rumoso handarbeni akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa bertanggung jawab.
- e. Pengembangan (*Development*)
Pengembangan kemampuan seseorang, baik dari pengalaman kerja atau kesempatan untuk maju, dapat menjadi stimulus kuat bagi karyawan untuk bekerja lebih giat atau lebih bergairah.
- f. Keterlibatan (*Involvement*)
Rasa ikut terlibat atau involved dalam suatu proses pengambilan keputusan atau dengan bentuk kotak sasaran karyawan, yang dijadikan masukan untuk manajemen perusahaan merupakan stimulus yang cukup kuat untuk karyawan.
- g. Kesempatan (*Opportunity*)
Kesempatan untuk maju dalam bentuk jenjang karier yang terbuka, dari tingkat bawah sampai tingkat manajemen puncak merupakan stimulus yang cukup kuat bagi karyawan.

Dalam praktek, hampir setiap organisasi menganut caranya sendiri yang kurang lebih tradisional dalam mendesain motivasi. Perbedaan yang terdapat antara satu organisasi dengan organisasi lain dalam pemberian motivasi hampir selalu terletak dalam gaya, selera, atau tekanan, dan bukan dalam sejenisnya.

Pada umumnya bentuk motivasi yang sering dianut oleh organisasi menurut Siswanto (2005;124-126) meliputi empat elemen utama, yaitu sebagai berikut :

1. **Kompensasi Bentuk Uang**

Salah satu bentuk yang paling sering diberikan kepada karyawan adalah berupa kompensasi. Kompensasi yang diberikan kepada karyawan biasanya berwujud uang.

2. **Pengarahan dan Pengendalian**

Pengarahan dimaksud menentukan bagi karyawan mengenai apa yang harus mereka kerjakan dan apa yang tidak harus mereka kerjakan.

3. **Penetapan Pola Kerja yang Efektif**

Reaksi terhadap kebosanan kerja menimbulkan hambatan yang berarti bagi keluaran produktivitas kerja. Karena manajemen menyadari bahwa masalahnya bersumber pada cara pengaturan pekerjaan, mereka menanggapi dengan berbagai teknik yang efektif dan kurang efektif.

4. **Kebajikan**

Kebajikan dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan yang diambil dengan sengaja oleh manajemen untuk memengaruhi sikap atau perasaan para karyawan.

5. **Konsep Kinerja**

Keberhasilan suatu organisasi publik sangat ditentukan oleh kinerja yang ditujukan oleh organisasi publik sesuai dengan tugas pokok, fungsi dan misinya. Oleh karena itu penilaian suatu kinerja terhadap organisasi publik merupakan suatu yang sangat urgen. Melalui kinerja inilah dapat dilihat, apakah organisasi publik memenuhi harapan atau tidak kepada para pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders).

Menurut Tika (2006), kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. Menurut Bambang Guritno dan Waridin (2005), kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dengan standar yang telah ditentukan, sedangkan menurut Hakim (2006) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu dalam suatu perusahaan pada periode waktu tertentu, yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari perusahaan dimana individu tersebut bekerja.

Agus Dwiyanto, dkk. mengemukakan pentingnya memahami atau melakukan penilaian kinerja. Penilaian kinerja merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai misinya.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dijelaskan bahwa kinerja berhubungan dengan bagaimana melakukan suatu pekerjaan dan menyempurnakan hasil pekerjaan berdasarkan tanggung jawab namun tetap mentaati segala peraturan-peraturan, moral maupun etika. Sejalan dengan pengertian diatas, Bernardin dan Rusell (1993:379) menyebutkan bahwa : “Performance is defined as the record of out comes product on a specified job function or activity during a specified period“. (Kinerja merupakan tingkat pencapaian/rekor produksi akhir pada suatu aktivitas organisasi atau fungsi kerja khusus selama periode tertentu).

Konsep dasar kinerja (the basic conceptions of performance) dapat dilakukan pendekatan melalui the engineering approach defines performancedan

the economic marketplace approach. Kinerja menurut Engineering approach diartikan sebagai rasio (perbandingan) antara sumber daya yang digunakan (input) dengan standar unit-unit kerja yang dihasilkan. Sedangkan the economic marketplace approach berkaitan dengan tingkat produksi yang dihasilkan, disesuaikan dengan penggunaan sumber daya tertentu (Widodo; 2001,207).

Dari beberapa pendapat pakar tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja adalah hasil seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu dan dilakukan secara legal, tidak melanggar hukum serta sesuai dengan moral dan etika.

6. Karyawan atau Pegawai

Karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji (upah). Karyawan adalah salah satu bentuk aset internal yang paling berharga dimiliki oleh perusahaan. Dari kamus besar bahasa Indonesia pegawai atau karyawan, orang yang berkerja suatu instansi dan mendapat upah (baik tetap maupun borongan,dsb) : alat, parkakas.³

B. Defenisi operasional

- a. Komunikasi antar pribadi (intervesonal communicatiaon) adalah komunikasi anatar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setip oersertanya menagkap reksi orang lain secara langsung (Muhammad, 2011:159). Komunikasi anatarpribadi dalam defenisi ini merupakan proses

³ (<http://kbbi.web.id>) karyawan/kar·ya·wan/ n

pengiriman dan penerimaan pesan di antar dua orang atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai efek dan umpan balik (feed back). Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana peran komunikasi interpersonal yang terjadi di antara pemimpin dan karyawan PT. Asahan Indah dengan melakukan wawancara, keikutsertaan peneliti serta dokumentasi data-data yang dapat mendukung peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian setiap komponen harus dipandang dan dijelaskan sebagai yang terintegrasi dalam tindakan komunikasi antar pribadi, yang dilakukan maksud mengetahui bagaimana peran komunikasi pimpinan nya dalam motivasi karyawan,

- b. Pesan atau berita yang merupakan suatu informasi yang dikirim oleh penerima berupa bentuk simbol-simbol verbal atau nonverbal, komunikasi tersebut dilakukan secara pribadi atau pertemuan kelompok dengan banyak orang.
- c. Pimpinan pada dasarnya merupakan kepribadian yang beraksi pada kondisi-kondisi kelompok. Lebih jelas ditegaskan, pimpinan tidak saja merupakan suatu kepribadian atau suatu gejala kelompok, akan tetapi merupakan suatu proses sosial yang melibatkan sejumlah orang dalam kontak mental dimana seseorang mendominasi orang lain. Dalam mengelola orang lain, peran pimpinan dalam meyakinkan para pengikutnya bahwa jika mereka meningkatkan pertambahan performansi, maka mereka akan menerima sejenis imbalan yang nyata, atau penjaminan. Sesuai dengan itu maka dimensi dasar kepengikut adalah keinginan untuk

perbaikan pekerjaan dan pengakuan serta keinginan agar terlindung dari kegagalan (Timpe,2002:156-158).

- b. Pegawai/karyawan merupakan motor penggerak dari semua kegiatan yang berlangsung di perusahaan/lembaga swasta ataupun pemerin, tanpa kehadiran pegawai/tenagga kerja sebagai sumber daya manusia, kegiatan di dalam lembaga atau perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik, walupun tersedia sumber daya alam yang berlebihan. Untuk mencapai kemanduan perusahaan, suatu perusahaan harus dapat menentukan atau mendapatkan pegawai/tenanga kerja yang sesuai dengan posisi dengan posisi yang ditawarkan oleh perusahaan. Begitu juga dengan pegawai PT. Asahan Indah, dimana dam proses memilih pengisi jabatan harus memulai tes ketenagakerjaan dan setelah lulus maka harus diberikan pengarahan sehingga mampu untuk memebawa perusahaan lebih maju dan berkembang, dan berikan jabatan dan kedudukan sesuidengan kemampuan dimilikinya.
- e. Hubungan komunikasi yang efektif antar pimpinan dan bawahannya dalam suatu organisasi saling menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai satu sama lainnya.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel II. 1 Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Masalah	Hasil Penelitian
1	2	3	4	5
1	Yosica Rau Rangkuti Universitas Islam Sumatera Utara/2014	Gaya Komunikasi Pimpinan dan Motivasi Kerja Karyawan	Terindikasi Kurangnya komunikasi dari pimpinan sehingga berdampak pada kurangnya semangat karyawan	Kurang terjalannya gaya kepemimpinan yang baik dari pimpinan kepada bawahan dan bawahan kepada atasan
2	Putri Wulandari	Gaya Komunikasi pimpinan dan Meningkatkan Kerja Karyawan Pada PT. White and di Pekanbaru	Terindikasi kurang efektifnya gaya kepemimpinan dari atasan kepada bawahan	Gaya komunikasi pimpinan pada PT. White and Blue menggunakan gaya komunikasi kekeluargaan dan fleksibel yang lebih mengarah pada <i>The Equalitarian Style</i> .
3	Royati Suryani 173510115	Gaya Kepemimpinan Camat dalam berkomunikasi kepada pegawai Camat	Kurangnya peningkatan kinerja yang ada pada organisasi kecamatan yaitu dimana proses gaya komunikasi yang dilakukan kurang membuat motivasi kerja para pegawai	menunjukkan bahwa gaya komunikasi pimpinan mampu mempengaruhi motivasi kerja pada pegawai kecamatan
4	Lili Pertiwi 107310609	Analisa Pelaksanaan Tugas Camat dalam mengkoordinasikan Penyelenggaraan Ketentraman dan Ketertiban umum di Kecamatan Minas Kabupaten Siak Oleh	Kurangnya Pengamanan Camat terhadap Kinerja dari masing-masing instansi atau aparatur pemerintah dalam menjaga keamanan dan ketertiban di beberapa Desa di Kecamatan Minas	Pelaksanaan dari tugas tersebut berupa : - mengadakan pertemuan resmi atau rapat untuk membangun sistem komunikasi antara

				atasan dengan bawahan. - membuat rincian tugas yang dilakukan di Camat untuk pembagian kerja terhadap
1	2	3	4	5
				masing-masing instansi Memberikan pengarahan dan pengawasan yang - dilakukan oleh Camat untuk menjaga pembagian kerja yang telah diberikan agar tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan.

Sumber : Perpustakaan Universitas Islam Riau

1. Kemudian adapun hasilnya yaitu menunjukkan bahwa gaya komunikasi pimpinan mampu mempengaruhi motivasi kerja karyawan pada fakultas kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara. Gaya komunikasi pimpinan yang diterapkan terhadap karyawan sudah sesuai dengan situasi dan kondisi di Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Putri Wulandari/Universitas Riau2015, dengan Judul Penelitian Gaya Komunikasi pimpinan dan Meningkatkan Kerja Karyawan Pada PT. White and di Pekanbaru, terdapat tujuan yang ingin

dicapai yaitu untuk mengetahui gaya komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT, dalam Penelitian ini dia menggunakan Metode Penelitian kualitatif dengan hasil dimana Gaya komunikasi pimpinan pada PT. White and Blue menggunakan gaya komunikasi kekeluargaan dan fleksibel yang lebih mengarah pada *The Equalitarian Style*.

Persamaan dan perbedaan penelitian mereka berdua dengan punya saya

1. Pada penelitian Yosika Ratu Rangkuti Universitas Islam Sumatera utara 2014 Gaya Komunikasi Pimpinan dan Motivasi Kerja Karyawan, meneliti tentang peran komunikasi Pimpinan, meneliti tentang peran komunikasi interpersonal dalam menyelesaikan konflik antara Pimpinan dengan Karyawan. Dilakukan di Sumatera Utara.
2. Pada penelitian Putri Wulandari/ Universitas Riau Pekanbaru 2015 dengan judul Gaya Komunikasi Pimpin dan Meningkatkan Kerja Karyawan Pada PT. White and Blue di Pekanbaru, meneliti tentang komunikasi interpersonal, membahas peran komunikasi interpersonal dalam membina harmonis hubungan antar Pimpinan dan Karyawan dengan dilakukan analisis statistik untuk mengujinya.
3. Mereka berdua vs punya saya yaitu Penelitian yang saya lakukan yaitu berjudul Peran Komunikasi Interpersonal Pimpinan dalam Memotivasi Kinerja Karyawan PT. Asahan Indah Kecamatan

Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu sedangkan letak perbedaan dari penelitian saya dengan penelitian terdahulu terletak pada institusi yang diteliti, dan dilakukan di Daerah Rokan Hulu, menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi dan kelompok tertentu.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau