

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II KAJIAN TEORI

Pada tinjauan pustaka, peneliti memaparkan beberapa aspek yang terkait dengan penelitian yaitu kajian yang berhubungan dengan berbagai konsep dan variabel peneliti. Kemudian peneliti juga memaparkan kajian pustaka dan kajian hasil penelitian terdahulu sebagai rujukan penulis untuk melakukan penelitian ini. Setelah dijelaskan kajian pustaka dan kajian hasil penelitian terdahulu, maka penulis menyusun kerangka pemikiran penelitian ini.

Teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena.

### A. Kajian Teori

#### 1. Strategi Komunikasi

Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajeme untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.<sup>7</sup>

Steohen Robbins mendefenisikan strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang instansi/ lembaga dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan . Dan berpikir strategi meliputi Tindakan memperkirakan atau membangun tujuan untuk masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, Serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang di inginkan.

<sup>7</sup> Effendy , Onong Uchjana 2004 . *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung Remaja Rosdakarya. Hal 32

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

J L. Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya<sup>8</sup>

Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien<sup>9</sup>. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi adalah komunikasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting untuk ditunjukkan kepada strategi komunikasi ini karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi dengan demikian strategi komunikasi, baik secara makro (*Planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*Single communications medium Strategy*) mempunyai fungsi ganda, yaitu:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktur secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal
- b. Menjembatani kesenjangan budaya (*Cultural Gap*) akibat kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa

<sup>8</sup> Olivier, Sandra 2001. *Strategi Publik Relations* PT Glora Aksara. Hal 2

<sup>9</sup> Hafied Cangara 2013 *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* Jakarta : Rajawali Pers Hal

yang begitu ampuh, yang apabila dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya<sup>10</sup>

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, Strategi komunikasi harus didukung oleh teori, Sebab Teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah di ketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi yang memadai untuk dijadikan teori pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yang menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan strategi komunikasi, maka segala sesuatunya Harus dipertautkan dengan komponen-komponen yaitu “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*”. Komponen-komponen komunikasi tersebut adalah komunikator, pesan, medium, khalayak dan efek.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi perlu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Diantaranya komunikasi sebagai sarana komunikasi, media, pesan dan komunikator.

#### a. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi tersebut dan ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Beberapa faktor yang perlu diperhatikan pada diri komunikasi :

- 1) Faktor kerangka referensi, kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain.

<sup>10</sup> Effendy, Onong Uchjana 2002. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Faktor situasi dan kondisi, yang dimaksud situasi disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Sedangkan yang dimaksud kondisi disini adalah state of personality communican, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat menerima pesan komunikasi.

b. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informatif, teknik persuasif atau instruksi.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor yang paling penting dalam diri komunikator dalam komunikasi adalah : daya tarik sumber, seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dalam mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa ikut serta dengannya. Dan kridebilitas sumber, faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komutator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang Komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersifat empatik, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain.

Menurut Mulyana <sup>11</sup>komunikasi akan terjadi apabila suatu sumber membangkitkan respon pada penerima melalui penyampaian

<sup>11</sup> Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005, H,15



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non verbal (non kata-kata). Sementara simbol dan lambang adalah suatu yang mewakili sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan bersama . simbol dapat mempresentasikan suatu konsep atau gagasan yang lebih abstrak.

Komunikasi adalah suatu tingkah laku perbuatan atau kegiatan penyampaian pesan atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung makna atau arti, atau penyampaian gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain.

Komunikasi adalah inti semua hubungan sosial, apabila orang telah mengadakan hubungan tetap, maka sistem komunikasi yang mereka lakukan akan menentukan apakah sistem tersebut dapat mempererat atau mempersatukan mereka, mengurangi ketegangan atau melenyapkan konflik apabila muncul. Manusia sebagai makhluk individu maupun sosial, memiliki dorongan ingin tahu ingin maju dan berkembang, maka salah satu sarannya adalah komunikasi. Karenanya komunikasi merupakan kebutuhan mutlak bagi kehidupan manusia.

Selanjutnya kalau kita sedikit melangkah memasuki komunikasi, maka komunikasi itu merupakan suatu kegiatan manusia yang sedemikian otomatis. Dengan berkomunikasi orang dapat menyampaikan pengalamannya kepada orang lain, sehingga pengalaman itu menjadi milik orang lain pula, tanpa mengalaminya sendiri. Melalui komunikasi orang dapat merencanakan masa depannya, membentuk kelompok dan lain-lain. Dengan komunikasi dapat menyampaikan informasi, opini, ide, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan dan sebagainya kepada sesamanya secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima komunikasi.

## 2. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan sentral strategi komunikasi itu menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peeterson dan M. Dallas dalam bukunya, *Techniques for*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu :

- a. *To secure understanding*, adalah untuk memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya.
- b. *To establish acceptance*, andai kata orang yang menerima pesan mengerti dan menerima, maka penerimanya harus dibina.
- c. *To motivate action*, pada akhirnya kegiatan dimotivasi<sup>12</sup>.

### 3. Unsur-unsur Pokok Strategi

Menurut Ruslan strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan utama instansi, maka strategi harus memiliki beberapa unsur-unsur pokok yang akan diuraikan sebagai berikut<sup>13</sup> :

- a. Unsur menyatu (*unified*), yaitu merupakan unit atau bagian-bagian dalam suatu organisasi perusahaan, baik keinginan atau tujuan bersifat individual maupun kelompok.
- b. Unsur integrasi (*integrated*), yang merupakan seluruh strategi yang direncanakan secara integral dan akan selalu tepat atau cocok untuk semua kegiatan atau tingkatan dalam struktur organisasi (manajemen strategi). Manajemen strategi ini terdiri atas tingkatan sebagai berikut :
  - 1) Strategi korporat (*corporate strategy*) yang terdiri dari beberapa unit bisnis instansi.
  - 2) Strategi bisnis (*business strategy*) yang terdiri dari suatu unit bisnis.
  - 3) Strategi fungsional (*functional strategy*) yang terdiri dari unit-unit pendukung (*supporting team*).
- c. Unsur menyeluruh (*comprehensive*), yaitu strategi yang direncanakan untuk mencangkup semua aspek-aspek

<sup>12</sup> Ibid

<sup>13</sup> Ruslan Rosady, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada 1998 h.127

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Fungsi Strategi

Fungsi secara umum

- a. To Tell maksud komunikasi berfungsi untuk menceritakan informasi terkini mengenai sebagian atau keseluruhan yang berkaitan dengan pekerjaan.
- b. To sell maksudnya komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para pekerja atau pegawai agar mereka bisa belajar tentang apa yang dipikirkan, dikerjakan dan dirasakan orang lain dan tentang apa yang dijual atau yang diceritakan oleh orang lain tentang organisasi
- c. To decide maksudnya komunikasi berfungsi untuk menentukan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan. besaran kekuasaan dan wewenang, menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya, mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

Fungsi secara khusus

- a. Membuat para pegawai melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menterjemahkan ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando
- b. Membuat para pegawai menciptakan dan menangani “Relasi” antara sesama bagi peningkatan organisasi
- c. Membuat para pegawai memiliki kemampuan untuk menangani atau mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang tidak pasti

#### 5. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara sekunder dan primer:

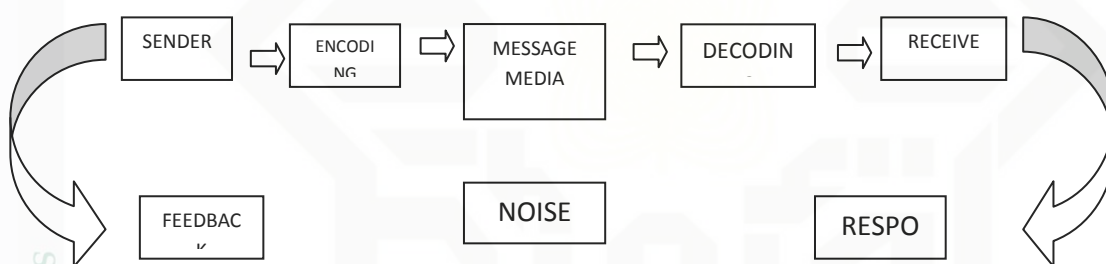
- a. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan,

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menterjemahkan pemikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan, bahasa yang paling banyak di pergunakan dalam berkomunikasi harus jelas.<sup>14</sup>

- b. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media penerima karena proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Proses komunikasi yang ditampilkan oleh Philip Kotler dalam bukunya (*Marketing Management*) berdasarkan paradigma Harold Lasswell.



**Gambar 2.1. Unsur-unsur dalam proses komunikasi**

Penegasan tentang unsur-unsur dalam komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. *Sender* yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding* yaitu proses penglihatan pikiran kedalam bentuk lambang.
- c. *Message* pesan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna, yang disampaikan oleh komunikator.
- d. Media saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

<sup>14</sup> Effendy Onong Uchjana 2004. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. *Decoding* pengawasan proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang di sampaikan kepada komunikator.
- f. *Receiver* komunikasi yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Feedback* umpan balik yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau di sampaikan kepada komunikator.
- h. *Niose* gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi.<sup>15</sup>

Fungsi komunikasi adalah potensi yang dapat di gunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat di manfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, secara fasik fungsi kemunikasi di tunjukan untuk memeberikan informasi, mengibur, mendidik dan membentuk opini public. Menurut pendapat **Harold D. Laswell (1948)** secara lebih terperinci fungsi-fungsi komunikasi yang dikemukakan Haroid D. Laswell sebagai berikut:

- a. Penjajangan atau pengawasan lingkungan.
- b. Menghubungan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan.
- c. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

Perencanaan komunikasi yang di laksanakan tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan, oleh karena itu perencanaan komunikasi di maksud untuk mengawasi rintangan-rintagan yang guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan di perlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu pencitraan, pemasaran, penyebar luasan gagasan, kerja sama, atau pembangunan infrastrustur komunikasi.

<sup>15</sup> Effendy, Uchjana Onang, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.hal 18

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Pengertian Komunikasi Organisasi

Istilah organisasi dari bahasa latin *organizer*, yang secara harfiah berarti panduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung.

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefenisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang berkerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama, melalui kepangkatan, dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam bukunya *Modern Business: A Systems Approach*, dalam kontek organisasi ,peahaman tentang peristiwa –peristiwa komunikasi yang terjadi di dalamnya, seperti apakah intstruktur pimpinan sudah dilaksanakan dengan benar oleh pegawai ataupun bagaimana bawahan mencoba menyampaikan keluhan pada atasan <sup>16</sup>

Kolerasi antara ilmu dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komnikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat dan sebagiannya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan tersebut adalah bahan telaah untuk selanjutnya dan menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, ruang lingkup komunikasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

Komunikasi organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab . schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur , tujuan , saling berhubungan satu dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasi

<sup>16</sup> Bungin burhan , *Sosiologi Komunikasi* , Jakarta : Kencana Prenada Media Group 2006.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktivitas dalam organisasi tersebut<sup>17</sup>. Adapun komunikasi informal dalam organisasi adalah komunikasi yang disetujui secara sosial orientasinya bukan pada organisasi tapi lebih kepada anggota secara individual.

Conrad mengidentifikasi tiga komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah, fungsi relasional, fungsi manajemen ambigu.

- a. Fungsi perintah berkenaan dengan anggota-anggota organisasi yang mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, dan bertindak atas suatu perintah, tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
- b. Fungsi relasional adalah fungsi yang memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota lain. Hubungan dalam pekerja mempengaruhi kinerja (*job performance*) dalam berbagai cara, misalnya kepuasan kerja, aliran komunikasi kebawah maupun ketas dalam hirarki organisasional dan tingkatan pelaksanaan perintah.
- c. Fungsi manajemen ambigu berkenaan dalam pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu, misalkan motivasi berganda karena munculnya pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dalam organisasi. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidak jelasan yang melekat dalam komunikasi organisasi

Tiap organisasi di samping mempunyai elemen yang umum juga mempunyai karakteristik yang umum. Di antaranya karakteristik tersebut adalah bersifat dinamis , memerlukan informasi , mempunyai tujuan dan struktur.<sup>18</sup>

#### 1. Dinamis

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka terus- menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungan dan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah tersebut. Sifat dinamis ini pertama

<sup>17</sup> Muhammad Arni 2009 . *Komunikasi Organisasi* . PT Bumi Aksara. Hal 23

<sup>18</sup> Muhammad Arni 2009. *Komunikasi Organisasi* PT Bumi Aksara. Hal 29

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekali disebabkan karena adanya perubahan ekonomi dalam lingkungannya. Semua organisasi memerlukan sumber keuangan untuk melakukan aktivitasnya

#### 2. Memerlukan informasi

Semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup . tanpa informasi organisasi tidak dapat jalan . dengan adanya informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat di mamfaatkan oleh manusia . begitu juga sebaliknya dengan tidak adanya informasi suatu organisasi dapat macet atau mati sama sekali

#### 3. Mempunyai tujuan

Tujuan organisasi hendaknya dihayati oleh seluruh anggota organisasi sehingga setiap anggota dapat diharapkan mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui partisipasi mereka secara individu sebagian orang telah menyadari bahwa degan masuknya dia menjadi anggota suatu organisasi atau bekerja pada suatu perusahaan , berarti secara otomatis dia menerima tujuan organisasi atau perusahaan tersebut.

#### 4. Terstruktur

Organisasi dalam usaha mencapai tujuannya biasanya membuat aturan-aturan, undang- undang dan hiraerki hubungan dalam Organisasi. Hal ini dinamakan struktur orgnisasi. Tiap Organisasi mempunyai struktur. Beberapa dari organisasi mempunyai batas yang tajam dan struktur yang kompleks sedangkan yang lainnya mempunyai batas yang agak longgar dan strukturnya sederhana.<sup>19</sup>

### 7. Komunikasi Menurut Arahnya

#### 1) Komunikasi Vertikal

Komunikasi Vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan dalam organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan di level

<sup>19</sup> Muhammad Arni 2009. *Komunikasi Organisasi*. PT Bumi Aksara. Hal 30



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bawah Komunikasi Vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara atasan dengan bawahan dalam organisasi yang digunakan dalam organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan di level bawah. Pada dasarnya komunikasi vertikal memiliki dua metode yaitu :

1. Komunikasi dari Bawah ke Atas (*Upward Communication*)  
Komunikasi dari bawah ke atas berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawahan menuju pimpinan. Bawahan terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan merupakan salah satu
2. Hubungan Kerja Fungsional

Hubungan kerja fungsional pada pokoknya bersifat horizontal dan merupakan hubungan kerjasama antara dua atau lebih unit organisasi atau pejabat yang mempunyai kedudukan pada eselon yang setingkat. Dalam kenyataannya hubungan ini dapat pula bersifat diagonal misalnya, hubungan secara fungsional antara suatu instansi dengan instansi yang lain tidak setingkat dalam hubungan fungsi yang sama, seperti Kepala Dinas dan Sekretaris Dinas.

Komunikasi Vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan dalam organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan di level bawah. Komunikasi Vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara atasan dengan bawahan dalam organisasi yang digunakan dalam organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan di level bawah. Pada dasarnya komunikasi vertikal memiliki dua metode yaitu :

- a. Komunikasi dari Bawah ke Atas (*Upward Communication*)  
Komunikasi dari bawah ke atas berarti alur pesan yang disampaikan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berasal dari bawahan menuju pimpinan. Bawahan terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan merupakan salah satu

b. Hubungan Kerja Fungsional

Hubungan kerja fungsional pada pokoknya bersifat horizontal dan merupakan hubungan kerjasama antara dua atau lebih unit organisasi atau pejabat yang mempunyai kedudukan pada eselon yang setingkat. Dalam kenyataannya hubungan ini dapat pula bersifat diagonal misalnya, hubungan secara fungsional antara suatu instansi dengan instansi yang lain tidak setingkat dalam hubungan fungsi yang sama, seperti Kepala Dinas dan Sekretaris Dinas. Berikut ini indikator komunikasi vertikal internal di Dinas Perhubungan Provinsi Riau:

a. Komunikasi vertikal ke bawah

- 1) Kepala Dinas berkomunikasi langsung dengan semua Sekretaris
- 2) Sekretaris dinas berkomunikasi langsung dengan kabid, seksi dan staf.
- 3) Kasubag berkomunikasi langsung dengan seksi dan staf.
- 4) Seksi berkomunikasi langsung dengan staf.

b. Komunikasi vertikal ke atas.

- 1) Staf berkomunikasi langsung dengan bagian seksi-seksi program.
- 2) Seksi program berkomunikasi langsung dengan kasubag.
- 3) Kasubag berkomunikasi langsung dengan sekretaris dinas.
- 4) Sekretaris dinas berkomunikasi langsung dengan kepala dinas.

2) **Komunikasi Horizontal**

Komunikasi horizontal sering disebut dengan istilah komunikasi lateral adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi yang sejajar dalam suatu organisasi. Tujuannya yaitu untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberi informasi kepada bagian yang memiliki kedudukan yang

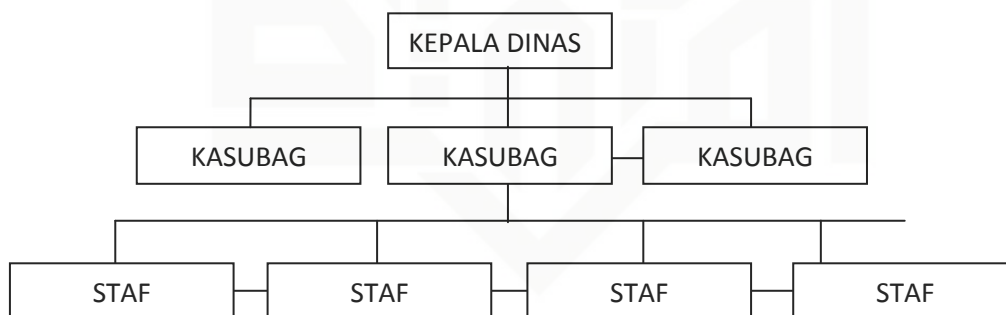
## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sejajar (se-level). Berikut ini indikator komunikasi horizontal internal di Dinas Perhubungan Provinsi Riau terjadi pada :

- 1) Kasubag berkomunikasi langsung dengan kasubag yang lain.
- 2) Seksi program berkomunikasi langsung dengan seksi program yang lain.
- 3) Staf berkomunikasi langsung dengan staf yang lain.

Komunikasi Horizontal (Komunikasi lateral/menyamping) Komunikasi horizontal merupakan bentuk komunikasi secara mendatar dimana terjadi pertukaran pesan secara menyamping dan dilakukan oleh dua pihak yang mempunyai kedudukan yang sama, posisi yang sama, jabatan yang se-level, maupun eselon yang sama dalam suatu organisasi Organisasi. Komunikasi horizontal diperlukan untuk menghemat waktu dan memudahkan koordinasi sehingga mempercepat tindakan. Komunikasi horizontal juga disebut dengan istilah komunikasi lateral. Tujuan komunikasi horizontal yaitu untuk melakukan persuasi, mempengaruhi dan memberi informasi kepada bagian yang memiliki kedudukan yang sejajar.



**Gambar 2.2 Komunikasi Horizontal**

### 3) Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang memotong secara menyilang rantai perintah organisasi. Komunikasi diagonal melibatkan komunikasi antara dua tingkat organisasi yang berbeda. Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak kepada pihak yang lain dalam posisi yang berbeda, dimana kedua pihak tidak berada pada jalur struktur yang sama. Komunikasi

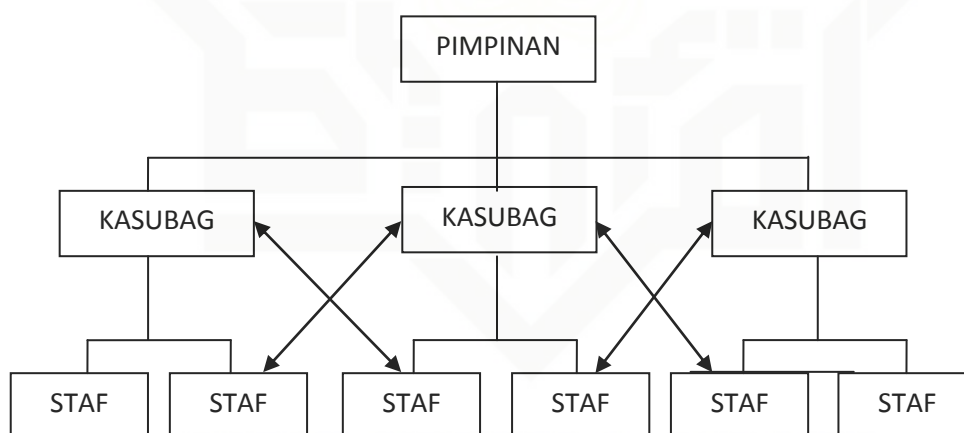
## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain. Komunikasi diagonal merupakan saluran komunikasi yang jarang digunakan dalam organisasi, namun penting dalam situasi dimana anggota tidak dapat berkomunikasi secara efektif melalui saluran-saluran lain. Penggunaan komunikasi ini selain untuk menanggapi kebutuhan dinamika lingkungan organisasi yang rumit, juga akan mempersingkat waktu dan memperkecil.

Upaya yang dilakukan oleh organisasi. Bentuk komunikasi diagonal memiliki beberapa keuntungan yaitu :

- a. Penyebaran informasi bisa menjadi lebih cepat ketimbang bentuk komunikasi dari bawah ke atas dan dari atas ke bawah.
- b. Memungkinkan individu dari berbagai bagian atau departemen ikut membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi



**Gambar 2.3 Komunikasi Diagonal**

Adapun beberapa teori komunikasi di antaranya adalah :

### 1. Teori Klasik

Teori klasik memandang organisasi sebagai alat untuk mencapai tujuan, komponen manusia tidak menjadi perhatian. Penekanan yang utama adalah pada otoritas, kontrol dan pengarahan pada pekerjaan. Berdasarkan hal itu maka tipe



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi yang dominan adalah komunikasi dari atasan kepada bawahan ( Downward Communication)

## 2. Teori Hubungan Manusia

Teori ini memandang komponen manusia sangat penting dalam organisasi dan karena itu mereka menekankan pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi . berdasarkan hal itu bentuk komunikasi dikembangkan baik komunikasi kepada bawahan ,atasan,horizontal,dan komunikasi informal. Dengan adanya berbagai bentuk komunikasi yang dominan dalm organisasi memungkinkan kebutuhan-kebutuhan manusia dalam organisasi terpenuhi

## 3. Teori Sistem Sosial

Dalam teori ini sistem tiap-tiap bagian dari organisasi saling tergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan organisasi. Karena perlu adanya interaksi dan koordinasi antara bagian yang satu sama dengan bagian lainnya atau antara satu komponen dengan komponen lainnya. Tipe Komunikasi yang dominan dalam organisasi yang menggunakan teori ini adalah komunikasi Horizontal

## 4. Teori Politik

Teori ini menganggap organisasi sebagai kesatuan yang mencakup kepentingan yang berbeda-beda dari individu dan kelompok . mereka mengakui pentingnya kontrol sosial untuk otoritas . tipe yang dominan dalm organisasi yang menggunakan teori politik ini adalah komunikasi kepada bawahan.

## 5. Teori Simbolik

Teori simbolik memandang kehidupan organisasi sebagai sesuatu yang tidak tetap selalu berubah-ubah. Komunikasi yang dominan adalah komunikasi horizontal dan informal<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Arni Muhammad. 2000. Komunikasi Organisasi. Jakarta. Bumi Aksara hal 129

Berdasarkan uraian di atas , maka jelaslah teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Hubungan Manusia. Teori ini menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. teori ini menyarankan strategi peningkatan dan penyempurnaan organisasi dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu individu mengembangkan potensinya. dengan meningkatkan kepuasan kerja dan menyerahkan aktualisasi diri pekerja akan mempertinggi motivasi bekerja sehingga akan dapat meningkatkan produksi organisasi<sup>21</sup>

komunikasi sebagai sebuah proses aksi reaksi beranggapan bahwa kata-kata verbal, tanda-tanda nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan caara tertentu. kita dapat juga mengatakan bahwa proses ini merupakan perpindahan informasi ataupun gagasan .proses ini dapat berupa timbal balik dan mempunyai efek yang banyak .

Menurut Aristoteles, pengaruh dapat di capai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik, alasan, dan juga dengan memainkan emosi publik. tapi model ini juga memiliki banyak kelemahan. kelemahan yang pertama adalah, komunikasi yang di anggap sebagai fenomena yang statis. Kelemahan yang kedua adalah model ini tidak memperhitungkan komunikasi non verbal dalam mempengaruhi orang lain. Meskipun model ini mempunyai banyak kelemahan tapi model ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan model komunikasi moderen<sup>22</sup> . Komunikasi adalah suatu proses memaknai yang dilakukan oleh seseorang terhadap informasi , sikap , dan perilaku tersebut berdasarkan pada pengalaman yang dia alami<sup>23</sup>. Penerima pesan kemudian menafsirkan atau men-

<sup>21</sup> Arni Muhammad. 2000. Komunikasi Organisasi. Jakarta. Bumi Aksara hal 40

<sup>22</sup> Mulyana Deddy . 2010 ilmu komunikasi , bandung : Remaja Rosdakarya

<sup>23</sup> Bungin burhan , Sosiologi komunikasi , Jakarta : Kencana Prenada Media Group 2006.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



decode code yang disampaikan oleh pengirim pesan .berhasil tidaknya komunikasi atau tercapai tidaknya tujuan komunikasi tergantung dari ketiga komponen tersebut.

Dilihat dari prosesnya, komunikasi dibedakan atas komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa ,baik bahasa tulis maupun bahasa lisan. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan isyarat, gerak-gerik, gambar, lambang, mimik muka, dan sejenisnya.

Ketercapaian tujuan merupakan keberhasilan komunikasi. Keberhasilan komunikasi tergantung pada faktor-faktor sebagai berikut:

#### 1) Komunikator (Pengirim Pesan)

Komunikator merupakan sumber dan pengirim pesan. Kredibilitas Komunikator yang baik, harus dapat menyaring hal-hal yang tidak penting dan memusatkan perhatian pada hal-hal yang memang penting dan relevan. dalam komunikasi proses tersebut di kenal sebagai abstraksi. Ide yang berbentuk abstrak harus di ubah ke dalam bentuk pesan-pesan seperti dalam bentuk kata-kata, ekspresi wajah, untuk kemudian disampaikan kepada orang lain. agar ide dapat di terima dan di mengerti secara sempurna pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal yaitu subjek, maksud, audiens, dan latar belakang budaya. Pesan tidak dapat dipahami pihak lain tanpa adanya penyampaian pesan, pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja. Maka penafsiran suatu pesan secara benar terjadi jika penerima pesan memahami pesan sebagaimana yang di maksud oleh pengirim pesan. jadi, umpan balik dapat berfungsi sebagai koreksi bagi pengirim karena umpan balik merupakan penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. saluran komunikasi formal organisasi merupakan saluran komunikasi yang mengalir

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam rantai komando atau rantai tanggung jawab tugas yang telah ditentukan oleh organisasi

## 8. Tinjauan Tentang Kinerja

### a. Defenisi Kinerja

Persaingan ketat dalam industri media, memuat banyak perubahan dalam kinerja wartawan. Permintaan akan kecepatan informasi membutuhkan kepekaan wartawan dalam menggali informasi dan menyajikan fakta dengan berbagai gaya serta teknik jurnalistik.

Anwar Prabu Mangku Negara<sup>24</sup> menerangkan bahwa istilah kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang). Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil secara kualitas dan aktualitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

### b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, menurut AA. Anwar Prabu Mangku Negara adalah “faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*)”.

#### 1) Faktor kemampuan (*ability*)

Kemampuan terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (*knowledge + skill*). Pegawai yang memiliki IQ diatas rata-rata (IQ 110-120) dengan yang memadai untuk jabatan yang akan ditempatinya dan terampil dalam melakukan kegiatan sehari-hari, maka akan lebih mencapai kinerja yang diharapkan oleh instansi<sup>25</sup>

#### 2) Faktor Motivasi (*motivation*)

Terbentuknya motivasi yaitu dari sikap karyawan dalam menghadapi setiap situasi dalam pekerjaannya. Dengan adanya

<sup>24</sup> Mangku Negara, *Manajemen Sumber Daya manusia*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000, H 67

<sup>25</sup> Mangku Negara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000, H 67



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

motivasi dalam diri, seseorang akan menggerakkan dirinya untuk mencapai tujuan, dimulai dari diri sendiri yang pada hasil akhirnya akan menggerakkan untuk mencapai tujuan organisasi (tujuan kerja).

#### c. Evaluasi Kinerja

Evaluasi kinerja dalam perusahaan dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan. Dari evaluasi istilah dapat diketahui kelambatan dan penyimpangan yang terjadi, sehingga perusahaan dapat mengatasi kelambatan dan penyimpangan tersebut demi tercapainya tujuan yang telah direncanakan.

Tujuan kinerja adalah untuk menjamin pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan. Simanjuntak, berikut adalah tujuan evaluasi kinerja menurut Simanjuntak<sup>26</sup>:

- 1) Tujuan evaluasi kinerja adalah untuk menjamin pencapaian sasaran atau tujuan perusahaan.
- 2) Evakuasi kinerja perusahaan menunjukkan posisi dan tingkat pencapaian sasaran atau tujuan perusahaan, sehingga dapat dilakukan:
  - a) Percepatan bila terjadi kelambatan.
  - b) Penyempurnaan bila terjadi penyimpangan
- 3) Evaluasi kinerja dimaksudkan untuk mengetahui:
  - a. Pencapaian sasaran perusahaan
  - b. Pencapaian sasaran unit kinerja
  - c. Pencapaian sasaran kelompok
  - d. Pencapaian sasaran individu.<sup>27</sup>

#### d. Manfaat Hasil Evaluasi Kinerja

Terkait dengan tujuan evaluasi kinerja, manfaat dari evaluasi kinerja berdampak positif bagi perusahaan, perusahaan akan cepat tanggap mengenai masalah yang menyimpannya. Dalam bukunya,

<sup>26</sup> Simanjuntak, *Manajemen dan Evaluasi Kinerja*, Jakartab: FE UI 2005, h. 106

<sup>27</sup> Ibid

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Simanjuntak mengemukakan hasil evaluasi kinerja individu dapat dimanfaatkan untuk banyak penggunaan, yaitu :

- 1) Peningkatan kinerja
- 2) Peningkatan SDM
- 3) Pemberian kompensasi
- 4) Program peningkatan produktivitas
- 5) Program Kepegawaian
- 6) Menghindari perlakuan diskriminasi.<sup>28</sup>

Hasil evaluasi kinerja ini dapat bermanfaat bagi seluruh aspek perusahaan, semua keterlambatan dan penyimpangan akan teratasi dengan seksama, sehingga tercapai sasaran dan tujuan sebagaimana semula. Evaluasi kinerja adalah tahap akhir dari siklus manajemen kinerja, hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana setiap rencana perusahaan dan sejauhmana tujuan pembinaan kinerja tersebut dicapai. Semua evaluasi kinerja digunakan untuk menyusun kembali evaluasi kinerja pada tahap berikutnya.

#### e. Rintangan Dalam Berkomunikasi dalam Bekerja

Ada tiga rintangan dalam berkomunikasi, yaitu rintangan pribadi, rintangan fisik , dan rintangan bahasa . hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Keith Davis ( 1985 : 465 )<sup>29</sup> bahwa “ *three types of barriers are personal , physycal , and semantic* ’

##### 1) Rintangn pribadi

Rintangn pribadi yang dimaksud adanya hambatan pribadi yang disebabkan karena emosi, alat indera yang terganggu, kebiasaan-kebiasaan yang berlaku pada norma atau nilai budaya tertentu.

##### 2) Rintangn Fisik

Rintangn fisik yang dimaksud adalah terlalu jauh jarak tempat berkomunikasi antara sender dan receiver . dalam ini di

<sup>28</sup> Ibid

<sup>29</sup> Mangku Negara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000 ,H 150

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu media komunikasi seperti telepon , alat penguat suara , SSB (*single side band*), dan alat komunikasi lainnya

## 3) Rintangan Bahasa

Rintangan bahasa yang di maksud adalah kesalahan dalam menginterpretasikan istilah kata. Misalnya kata *atos*, *sender* orang sunda dalam pesannya bermaksud mengatakan *atos* itu berarti sudah, sedangkan *receiver* orang jawa menerima pesan tersebut dengan pengertian *atos* itu keras

## f. Teori Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus didukung oleh teori. Salah satu cara untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan. *Who Say What in Whcih Channel to Whom with What Effect (Harold Laswell)*.<sup>30</sup>

Strategi komunikasi dapat dibandingkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam paradigma Laswell tersebut.

Design Teori Lasswell

Terdiri

*to serve understanding*

*to estabish acceptance*

*to motivatate action*

Komponen pernyataan, efek apa yang diharapkan mengandung pula pertanyaan “When”, “How” dan “Why”.

Efek yang diharapkan dalam proses komunikasi bisa berjenis-jenis, antara lain: menyebarkan informasi, melakukan persuasi (behavior change), melaksanakan instruksi. Cara berkomunikasi (how to communicate) dapat berupa: komunikasi tatap muka atau komunikasi bermedia.

<sup>30</sup> Bungin burhan , *Sosiologi Komunikasi* , Jakarta : Kencana Prenada Media Group 2006. H.293

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Paradigma Daniel Lerner : “*Who Says What How to Whom*”. How menjadi masalah penting dalam strategi komunikasi. Suatu paradigma mengandung tujuan, dalam komunikasi adalah : to change the attitude, opinion and behavior (mengubah sikap, opini, atau pandangan, dan perilaku). Pada komunikasi timbul efek kognitif, efek efektif, dan efek konatif

### Teori Harold D. Lasswell

Untuk mendukung strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas perhubungan Provinsi Riau. Lasswell mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi yaitu Dengan Menjawab Pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” yaitu : Siapa Komunikatornya, Apa Pesannya, Media Apa Yang Digunakan, Siapa Yang Menjadi Sasarannya, dan Apa Efeknya.<sup>31</sup>

## B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

1. **ABDUL AZIZ AL-BARQY**, Strategi kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja pegawai Di Kementerian Agama Kota Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang 2015, Hasil penelitiannya mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut : strategi kepemimpinan kepala kementerian agama dalam meningkatkan kinerja pegawai dikantor Kementerian agama kota Malang ,peran kepala kementerian agama dalam mengelola sumber daya manusia di kantor kementerian agama kota Malang
2. **SEHFUDIN, Arif and MAS'UD, Fuad** (2011) *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN*  
<http://eprints.undip.ac.id/26964/>

<sup>31</sup> Bungin burhan, *Sosiologi komunikasi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group 2006. H.293



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **ARIFIN, Bey** (2005) *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO), Volume 2 (Nomor 1). pp. 16-34. ISSN 1693-8283
4. **ILHAM, MUHAMMAD** (2008) *STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA UNTUK MENINGKATKAN DISIPLIN KARYAWAN (Studi Kasus Pada RSud Roemani Arifin Ahmad)*. Masters thesis, PROGRAM PASCA SARJANA UNIVERSITAS RIAU. <http://eprints.unri.ac.id/18569/>
5. **Wahyuni, Lili** (2009) *PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN AKUNTANSI DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DAN TEKANAN PEKERJAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Perusahaan BUMN di Provinsi Sumatera Barat)*. Masters thesis, Diponegoro University. <http://eprints.undip.ac.id/7843/>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan rumusan, tujuan peneliti yang telah dikemukakan di atas, maka penulis menggambarkan kerangka pemikiran mengenai komunikasi organisasi pola pemimpin atasan dan bawahan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori komunikasi organisasi untuk dijadikan rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 2.4: Kerangka Pikir penelitian**

