

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KONSEP OPERASIONAL

#### A. Teori

Secara umum, teori (*theory*) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Stephen Littlejohn and Karen Foss menyatakan bahwa sistem yang abstrak ini didapatkan dari pengamatan yang sistematis. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai “sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi”. Definisi ini berfokus pada sifat dasar dari pemikiran teoritis tanpa menjelaskan dengan terperinci apa hasil yang mungkin muncul dari pemikiran ini<sup>12</sup>.

Suatu cara umum yang biasa digunakan untuk mengklasifikasi teori bermula dari tingkat generalitasnya. Teori sering kali dilihat dalam arti luas (atau universal), menengah (atau umum), dan sempit (atau sangat spesifik). Teori dalam arti luas (atau disebut sebagai *grand theory*), bertujuan untuk menjelaskan mengenai semua perilaku komunikasi dengan cara yang benar secara universal. Teori dalam arti menengah (*mid-range theory*), menjelaskan perilaku dari sekelompok orang dalam bukunya semua orang, sebagaimana yang berusaha dilakukan oleh *grand theory*, dan tidak berusaha untuk menjelaskan perilaku dari semua orang berdasarkan konteks dan waktu yang tertentu. Teori sempit (*narrow theory*), lebih menekankan pada orang-orang tertentu pada situasi yang tertentu pula<sup>13</sup>.

#### 1. Model Lasswell

Salah satu model komunikasi yang tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu politik dari Yale University. Dia

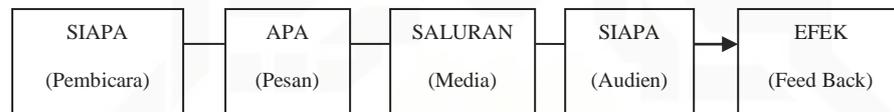
<sup>12</sup>Richard West, Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika,2008) 49

<sup>13</sup>Richard West, Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika,2008) 50-51

## 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.

menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan di jawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu *who* (siapa), *say what* (mengatakan apa), *in which medium* atau dalam media apa, *to whom* atau kepada siapa, dan dengan *what effect* atau apa efeknya. Gambaran dari model Lasswell dapat dilihat pada gambar 1. Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjukkan kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.



**Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell**

Pertanyaan kedua adalah *says what* atau apa yang dikatakan. Pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. pertanyaan ketiga adalah *to whom*. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Pertanyaan keempat adalah *through what* atau melalui media apa. Pertanyaan terakhir dari model Lasswell adalah *what effect* atau apa efeknya dari komunikasi tersebut<sup>14</sup>

## B. Kajian Teori

### 1. Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang berarti memberi, mengambil bagian atau meneruskan sehingga terjadi sesuatu yang umum (*cammon*), sama atau saling memahami<sup>15</sup>.

<sup>14</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 5-6

<sup>15</sup>Pratminingsih, Sri astuti. *komunikasi bisnis* (Yogyakarta:Graha ilmu,2006) 2

## 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 merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi<sup>16</sup>. Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan dalam penyaluran informasi atau *message* melalui sarana atau saluran komunikasi kepada komunikan yang tertuju. Dalam literatur-literatur klasik ilmu komunikasi disebutkan, yang menjadi ‘biang permasalahan’ komunikasi adalah tidak sampainya pesan (*message*) atau informan kepada komunikan. Namun, dalam perjalanan dan perkembangannya pembahasan itu sudah mengalami pergeseran dan perkembangan<sup>17</sup>.

Keberhasilan berkomunikasi selama ini sangat ditentukan oleh teknik pengelolaan pesan yang ‘apik’ dan diasosiasikan sebagai usaha pihak si komunikator. Kemampuan adaptasi dalam hubungannya mengenal dan penciptaan simbol, gambaran lingkungan dan diri mereka dalam hal komunikasi serta penentuan keberhasilan dan efektivitas berkomunikasi adalah benar. Komunikasi adalah pola berbagi atau sharing antara pihak-pihak yang berinteraksi sehingga proses transfer pesan dan informan dapat dengan mudah berjalan<sup>18</sup>

a. Definisi Komunikasi

Ada bermacam-macam definisi komunikasi yang dikemukakan orang untuk memberikan batasan terhadap komunikasi, salah satunya adalah definisi yang dikemukakan oleh, Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale adalah sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “*communications is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk

<sup>16</sup> Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009) 1

<sup>17</sup> Ilham Prigunanto. *Komunikasi Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2006) 1

<sup>18</sup> *Ibid.* 2

## 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.

mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal<sup>19</sup>.

Sebagai ilmu yang multidisiplin, definisi komunikasi telah banyak dibuat oleh oleh para pakar dari berbagai disiplin ilmu. Menurut catatan Dance dan Larson dalam Miller sampai tahun 1976 sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat menurut perspektif sosiologi, budaya *engineering*, ekonomi, dan perspektif ilmu politik. Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya menurut latar belakang disiplin ilmu yang membuat definisi itu, namun pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri<sup>20</sup>.

Kita harus menyadari bahwa terdapat berlusin-lusin definisi komunikasi akibat dari kompleks dan kayanya disiplin ilmu komunikasi. Keunikan ini memegang peranan penting dalam mendefinisikan komunikasi. Para ahli cenderung melihat fenomena manusia melalui sudut pandang mereka sendiri. Bahkan terkadang mereka menciptakan batasan-batasan ketika berusaha menjelaskan suatu fenomena kepada orang lain. Ahli dalam bidang komunikasi akan menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menginterpretasikan komunikasi karena nilai-nilai yang mereka miliki juga berbeda. Komunikasi adalah proses sosial dimana sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan makna dalam lingkungan mereka<sup>21</sup>.

b. Unsur-unsur komunikasi

Jika kita menyimak kandungan makna yang terdapat dalam setiap definisi komunikasi yang telah dikemukakan, maka kita dapat menemukan adanya sejumlah unsur yang mendukungnya. Unsur ini

<sup>19</sup> Ilham Prisgunanto. *Komunikasi Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2006) 2

<sup>20</sup> Hafied Cangara. *Komunikasi Politik* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2016) 13-14

<sup>21</sup> Richard West, Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008) 5

## 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.

berfungsi untuk mendirikan sebuah bangunan (*body*)<sup>22</sup>. Bisa disebut dengan komunikasi jika memiliki unsur-unsur pendukung yang membangunnya sebagai *body of knowledge*, yakni : sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, umpan balik, dan lingkungan. Unsur-unsur ini juga sering disebut komponen atau elemen.

#### 1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, lembaga atau negara. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan sebutan *source*, *sender*, atau *encoder*.

#### 2. Pesan

Yang dimaksud pesan dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Media yang dimaksud dengan media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

#### 3. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.

#### 4. Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

#### 5. Tanggapan Balik

Tanggapan balik sangat penting karena boleh dikata semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan tanggapan balik. Tanggapan balik juga biasa dikenal dengan

<sup>22</sup>Hafied Cangara. *Komunikasi Politik* (Depok:PT Rajagrafindo Persada,2016) 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.

sebutan reaksi atau dalam bahasa Inggris disebut *feedback* atau *response*.

#### 6. Lingkungan

Lingkungan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologi, dan dimensi waktu<sup>23</sup>.

#### c. Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai disiplin ilmu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi pada dasarnya ditujukan untuk : (1) memberi informasi, (2) menghibur, (3) mendidik, (4) membentuk opini publik<sup>24</sup>.

Adapun fungsi komunikasi dalam suatu organisasi mempunyai empat fungsi, yaitu *control*, *motivation*, *emotional expression*, dan *information*. Komunikasi bertindak mengontrol perilaku anggota dalam beberapa cara. Organisasi mempunyai hirarki kewenangan dan pedoman formal yang harus diikuti pekerja. Ketika pekerja diperlukan berkomunikasi berkaitan dengan pekerjaan tentang keluhan pada atasan langsungnya, mengikuti deskripsi tugas, atau tunduk dengan kebijakan organisasi, komunikasi organisasi sebagai fungsi kontrol. Komunikasi memperkuat motivasi dengan klarifikasi pada pekerja apa yang harus mereka kerjakan, seberapa baik mereka melakukan, dan bagaimana memperbaiki apabila di bawah standar. Pembentukan tujuan spesifik, umpan balik progres terhadap tujuan, dan *reward* atas perilaku yang diharapkan, semua menstimulasi motivasi dan memerlukan komunikasi.

<sup>23</sup>Hafied Cangara. *Komunikasi Politik* (Depok:PT Rajagrafindo Persada,2016) 15-17

<sup>24</sup>Hafied Cangara. *Komunikasi Politik* (Depok:PT Rajagrafindo Persada,2016) 20

## 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 dalam kelompok adalah mekanisme fundamental dengan mana anggota menunjukkan kepuasan dan frustrasi mereka. Karena itu, komunikasi memberikan ekspresi perasaan emosional dan pemenuhan kebutuhan sosial. Komunikasi juga memfasilitasi pengambilan keputusan. Komunikasi menyediakan kebutuhan informasi individual dan kelompok untuk membuat keputusan dengan mengirim data untuk mengidentifikasi dan evaluasi pilihan alternatif. Keempat fungsi komunikasi tersebut sama pentingnya, tidak ada yang satu melebihi lainnya. Untuk berkinerja secara efektif, kelompok perlu menjaga beberapa kontrol anggota, merangsang anggota untuk melakukan, memberi kesempatan ekspresi emosi, dan membuat pilihan keputusan<sup>25</sup>.

## 2. Organisasi

### a. Definisi Organisasi

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi. Schein mengatakan bahwa organisasi suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirarki otoritas dan tanggung jawab<sup>26</sup>.

Selanjutnya Kochler mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Lain lagi dengan pendapat Wright dia mengatakan bahwa organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang di koordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama. Walaupun ketiga pendapat mengenai organisasi tersebut berbeda-beda perumusannya tapi ada tiga hal yang sama dikemukakan yaitu, organisasi merupakan suatu sistem,

<sup>25</sup>Wibowo. *Perilaku dalam Organisasi*. (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2013) 242-243

<sup>26</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 23

## 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.

mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum<sup>27</sup>.

b. Perilaku Organisasi

Perilaku organisasi berkaitan dengan bagaimana orang bertindak dan bereaksi dalam semua jenis organisasi. Dalam kehidupan organisasi, orang dipekerjakan, dididik dan dilatih, diberi informasi, dilindungi, dan dikembangkan. Dengan kata lain, maka perilaku organisasi adalah bagaimana orang berperilaku didalam suatu organisasi<sup>28</sup>.

Ada tiga alasan yang dikemukakan kenapa perlu mempelajari perilaku organisasi, yaitu :

1. Practical applications.

Dalam kenyataan riil organisasi, ada beberapa manfaat memahami perilaku organisasi, antara lain berkenaan dengan pengembangan gaya kepemimpinan, pemilihan strategi dalam mengatasi persoalan, seleksi pekerja yang tepat, peningkatan kinerja, dan sebagainya.

2. Personal growth.

Dengan memahami perilaku organisasi dapat lebih memahami orang lain. Memahami orang lain akan memberikan pengetahuan diri dan wawasan diri lebih besar. Dengan memahami orang lain, atasan dapat menilai apa yang diperlukan bawahan untuk mengembangkan diri sehingga pada gilirannya meningkatkan kontribusinya pada organisasi.

3. Increased knowledge.

Dengan perilaku organisasi dapat menggabungkan pengetahuan tentang manusia dalam pekerjaan. Studi perilaku organisasi dapat membantu orang untuk berpikir tentang masalah yang berhubungan dengan pengalaman kerja. Kemampuan berpikir

<sup>27</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 23-24

<sup>28</sup>Wibowo. *Perilaku dalam Organisasi*. (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2013) 1

## 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.

kritis dapat bermanfaat dalam menganalisis baik masalah pekerja maupun personal<sup>29</sup>

### c. Fungsi Organisasi

Organisasi mempunyai beberapa fungsi diantaranya adalah:

#### 1. Memenuhi kebutuhan pokok organisasi

Organisasi mempunyai kebutuhan pokok masing-masing dalam rangka kelangsungan hidup organisasi tersebut.

#### 2. Mengembangkan tugas dan tanggung jawab

Kebanyakan organisasi bekerja dengan bermacam-macam standar etis tertentu. Ini berarti bahwa organisasi harus hidup sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi maupun standar masyarakat dimana organisasi itu berada. Standar itu memberikan organisasi satu set tanggung jawab yang harus dilakukan oleh anggota organisasi, baik itu ada hubungannya dengan produk yang mereka buat maupun tidak.

#### 3. Memproduksi barang atau orang

Fungsi utama organisasi adalah memproduksi barang atau orang sesuai dengan jenis organisasinya. Semua organisasi mempunyai produknya masing-masing.

#### 4. Mempengaruhi dan dipengaruhi orang

Sesungguhnya organisasi digerakkan oleh orang. Orang yang membimbing, mengelola, mengarahkan dan menyebabkan pertumbuhan organisasi<sup>30</sup>.

### 3. Humas

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial<sup>31</sup>.

<sup>29</sup>Wibowo. *Perilaku dalam Organisasi*. (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2013) 3

<sup>30</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 32-34

<sup>31</sup>Anggoro M Linggar. *Teori & Profesi Kehumasan*. (Jakarta:PT Bumi Aksara,2000) 1

## 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.

Humas, yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Menurut definisi kamus terbitan *institute of public relations* (IPR), yakni humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi humas adalah suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur<sup>32</sup>

#### 4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi suatu proses komunikasi di dalam organisasi formal maupun informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks, komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut. Komunikasi organisasi dalam prespektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pada prespektif ini yang ditekankan adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Sedangkan dalam definisi objektif adalah kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Pada prespektif ini yang lebih ditekankan adalah pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka<sup>33</sup>.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, dimana didalam bidang tersebut terdapat komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan,

<sup>32</sup> Anggoro M Linggar. *Teori & Profesi Kehumasan*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000) 1-2

<sup>33</sup> Desy Ernika. "Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Inti Tractors Samarinda". *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2016 : 4 (2) : 87 – 101 ISSN 0000-0000, [ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id).

## 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.

komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program<sup>34</sup>.

Ada tiga bentuk utama aliran informasi komunikasi formal dalam suatu organisasi:

1. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communications*)

Komunikasi kebawah memiliki arti bahwa informasi mengalir dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah atau dari jabatan yang berotoritas lebih tinggi kepada jabatan yang berotoritas lebih rendah.

Menurut Lewis komunikasi kebawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan<sup>35</sup>.

Tipe komunikasi ke bawah

Secara umum komunikasi ke bawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe yaitu :

- a. Instruksi Tugas

Instruksi tugas/pekerjaan yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.

- b. Rasional

Rasional pekerjaan adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau objektif organisasi.

<sup>34</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 65

<sup>35</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 108

## 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. Ideologi

Pesan mengenai ideologi ini adalah merupakan perluasan dari pesan rasional. Pada pesan rasional penekannya ada pada penjelasan tugas dan kaitannya dengan perspektif organisasi.

## d. Informasi

Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional.

## e. Balikan

Balikan adalah pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya<sup>36</sup>.

## 2. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas merupakan aliran informasi dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke yang lebih tinggi. Biasanya mengalir di sepanjang rantai komando. Masmuh dalam bukunya menyederhanakan bentuk-bentuk pesan yang dikomunikasikan oleh bawahan kepada atasan seperti di bawah ini:

- a. Laporan prestasi kerja (*performance report*)
- b. Saran-saran dan rekomendasi
- c. Usulan anggaran
- d. Pendapat atau opini
- e. Keluhan
- f. Permohonan bantuan
- g. Instruksi<sup>37</sup>

3. Komunikasi Kesamping (*horizontal communications*)

Komunikasi Kesamping (*horizontal communications*) terjadi antara dua pejabat atau pihak yang berada dalam tingkatan hirarki wewenang yang sama. Suranto dalam bukunya menyebutkan beberapa

<sup>36</sup>Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009) 108-109

<sup>37</sup>Felina Susanti Sidabutar. "Komunikasi Organisasi Dan Kinerja Pegawai" (tt:tp,2015).3

## 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.

tujuan komunikasi yang dilakukan antar sesama pegawai dalam suatu organisasi:

- a. Berbagi pengalaman
  - b. Solidaritas dan kerjasama
  - c. Menserasikan pelaksanaan kerja
  - d. Menghindari kekembaran (kegandaan) pengerjaan tugas
  - e. Menggalang kerukunan
  - f. Membahas cara-cara menanggulangi kendala yang timbul
  - g. Saling koreksi untuk menghindari kekeliruan
  - h. Membina hubungan harmonis dan kemitraan<sup>38</sup>
4. Komunikasi Diagonal

Atau komunikasi silang adalah komunikasi antara pimpinan seksi dengan pegawai seksi lain. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang memotong jalur vertikal dan horizontal. Sebagai contoh, anggota staf junior dapat langsung pergi ke atasannya, dan telepon, email atau mengunjungi teknikal senior di area lain untuk mendapat informasi. Beberapa penelitian mengatakan bahwa dalam organisasi yang memiliki *low performing*, komunikasi diagonal digunakan oleh staf untuk mencari informasi dalam permintaan pantas keberadaan prosedur kerja, ketika dalam organisasi *high performing*, komunikasi diagonal digunakan staf untuk menyelesaikan masalah kerja yang sulit untuk menyelesaikan masalah kerja yang sulit dan kompleks<sup>39</sup>.

### 5. Kinerja Pegawai

Berdasarkan etimologinya, kinerja berasal dari kata *performance*. Kinerja adalah hasil kerja yang di capai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi

<sup>38</sup>Felina Susanti Sidabutar."Komunikasi Organisasi Dan Kinerja Pegawai" (tt:tp,2015).3-4

<sup>39</sup><http://www.google.co.id/amp/s/aliyahnuraini.wordpress.com/2009/03/24/arah-komunikasi-dalam-organisasi-horizontal-diagonal-upward-downward/amp/> ( Diakses pada tanggal 25 Januari 2018)

## 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.

bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika<sup>40</sup>.

Menurut Rivai Basri bahwa kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang atau keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama<sup>41</sup>.

Kinerja Karyawan Adalah kondisi dari sebuah kelompok dimana mereka melakukan pekerjaan dengan lebih giat dan lebih baik dengan tujuan masing-masing individu. Berhasil tidaknya kinerja yang telah dicapai oleh organisasi tersebut dipengaruhi oleh tingkat kinerja karyawan secara individual maupun secara kelompok. Dengan asumsi semakin baik kinerja karyawan maka diharapkan kinerja organisasi akan semakin baik. Beberapa pendekatan untuk mengukur sejauh mana karyawan mencapai suatu kinerja secara individual menurut Bernardin adalah sebagai berikut:

1. Kualitas

Tingkat dimana hasil aktifitas yang dilakukan mendekati sempurna dalam arti menyesuaikan beberapa cara yang ideal dari penampilan aktifitas ataupun memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu aktifitas.

2. Kuantitas

Jumlah yang dihasilkan dalam istilah jumlah unit, jumlah siklus aktifitas yang diselesaikan.

3. Ketepatan Waktu

Tingkat suatu aktifitas diselesaikan pada waktu awal yang diinginkan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktifitas lain.

<sup>40</sup>Lijan Poltak sinambela. *Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi*. (Yogyakarta:Graha Ilmu,2012) 5

<sup>41</sup>Lijan Poltak sinambela. *Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi*. (Yogyakarta:Graha Ilmu,2012) 6

## 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. Efektifitas

Tingkat penggunaan sumber daya manusia organisasi dimaksimalkan dengan maksud menaikan keuntungan atau mengurangi kerugian dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

## 5. Kemandirian

Tingkat dimana seorang karyawan dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa minta bantuan bimbingan dari pengawas atau meminta turut campurnya pengawas untuk menghindari hasil yang merugikan<sup>42</sup>.

Kinerja dapat dioptimumkan melalui penetapan deskripsi jabatan yang jelas dan terukur bagi setiap pejabat (pegawai), sehingga mereka mengerti apa fungsi dan tanggung jawabnya. Dalam hal ini deskripsi jabatan yang baik akan dapat menjadi landasan untuk:

1. Penentuan gaji. Hasil deskripsi jabatan akan berfungsi menjadi dasar untuk perbandingan pekerjaan dalam suatu organisasi dan dapat dijadikan sebagai acuan pemberian gaji yang adil bagi pegawai dan sebagai data pembanding dalam persaingan dalam perusahaan.
2. Seleksi pegawai. Deskripsi jabatan sangat dibutuhkan dalam penerimaan, seleksi dan penempatan pegawai.
3. Orientasi. Deskripsi jabatan dapat mengenalkan tugas-tugas pekerjaan yang baru kepada pegawai dengan cepat dan efisien.
4. Penilaian kinerja. Deskripsi jabatan menunjukkan perbandingan bagaimana seseorang pegawai memenuhi tugasnya dan bagaimana tugas itu seharusnya dipenuhi.
5. Pelatihan dan pengembangan. Deskripsi jabatan akan memberikan analisis yang akurat mengenai pelatihan yang diberikan dan perkembangan untuk membantu pengembangan karir.

<sup>42</sup>DesyErnika."PengaruhKomunikasiOrganisasiDanMotivasiTerhadapKinerjaKaryawanPada PT. Inti Tractors Samarinda".eJournalIlmuKomunikasi, 2016 : 4 (2) : 87 – 101 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id.

## 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.

6. Uraian dan perencanaan organisasi. Perkembangan awal dari deskripsi jabatan menunjukkan dimana kelebihan dan kekurangan dalam pertanggung jawaban.
7. Uraian tanggung jawab. Deskripsi jabatan akan membantu individu untuk memahami berbagai tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya<sup>43</sup>.

Dalam setiap pekerjaan tentu yang sangat dibutuhkan adalah sebuah motivasi agar memicu semangat kerja, tujuannya adalah meningkatkan kinerja yang akan memberikan hasil yang baik dalam pekerjaan.

Motivasi kerja merupakan kombinasi kekuatan psikologis yang kompleks dalam diri masing-masing orang. Setiap individu mempunyai motivasi sendiri yang mungkin berbeda-beda. Sementara itu dari sisi pemberi kerja, mereka tertarik pada elemen motivasi karena ingin mengetahui:

1. Arah dan fokus dari perilaku pekerja yang dapat bersifat positif atau fungsional maupun bersifat negatif atau disfungsional.
2. Tingkat usaha yang diberikan, apakah pekerja memberikan komitmen penuh untuk mencapai keunggulan atau hanya melakukan pekerjaan sekadarnya saja.
3. Ketekunan dalam berperilaku. Apakah pekerja selalu mengulang dan menjaga tingkat usahanya atau cepat menyerah dan hanya melakukan secara periodik<sup>44</sup>.

Setiap orang cenderung mengembangkan pola motivasi tertentu sebagai hasil dari lingkungan budaya tempat orang itu hidup. Pola ini merupakan sikap yang mempengaruhi cara orang-orang memandang pekerjaan dan menjalani kehidupan mereka. Empat pola motivasi yang sangat penting adalah prestasi, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan.

1. Motivasi Prestasi

<sup>43</sup>Lijan Poltak sinambela. *Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi*. (Yogyakarta:Graha Ilmu,2012) 8

<sup>44</sup>Wibowo.*Perilaku dalam Organisasi*.(Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2013) 109

## 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.

Motivasi prestasi (*achievement motivation*) adalah dorongan dalam diri orang-orang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam upaya mencapai tujuan.

## 2. Motivasi Afiliasi

Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*) adalah dorongan untuk berubungan dengan orang-orang atas dasar sosial.

## 3. Motivasi kompetensi

Motivasi kompetensi (*competence motivation*) adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan keterampilan pemecahan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif.

## 4. Motivasi Kekuasaann

Motivasi kekuasaan (*power motivation*) adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak pada organisasi dan mau memikul risiko untuk melakukan hal itu<sup>45</sup>.

Motivasi kerja adalah hasil dari kumpulan kekuatan internal dan eksternal yang menyebabkan pekerja memilih jalan bertindak yang sesuai dan menggunakan perilaku tertentu. Idealnya, perilaku ini akan diarahkan pada pencapaian tujuan organisasi. Sementara itu, Newstrom mengemukakan bahwa sebagai indikator motivasi adalah:

1. *Engagement*. *Engagement* merupakan janji pekerja untuk menunjukkan tingkat antusiasme, inisiatif, dan usaha untuk meneruskan.
2. *Commitment*. Komitment adalah suatu tingkatan dimana pekerja mengikat dengan organisasi dan menunjukkan tindakan *organizational citizenship*.
3. *Satisfaction*. Kepuasan merupakan refleksi pemenuhan kontrak psikologis dan memenuhi harapan di tempat kerja.
4. *Turnover*. *Turnover* merupakan kehilangan pekerjaan yang dihargai.

<sup>45</sup> Keith Davis, John W. Newstrom. *Perilaku dalam Organisasi*. (Jakarta: Penerbit Erlangga.tth) 87-89

**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. Kajian Terdahulu**
**Tabel II. 1 : Kesimpulan Dari Hasil Kajian Terdahulu**

<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Feri Refidman, 2015 (UIN Suska Riau)	Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Inspektorat Kabupaten Kampar	Sistem dan pelaksanaan komunikasi organisasi pada inspektorat Kabupaten Kampar tergolong baik, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang hampir mendekati angka standar baik yang sesuai diharapkan
Syaiful Anwar, 2015 (UIN Suska Riau)	Pengaruh Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sekar Bumi Alam Lestari Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar	Dapat pengaruh yang positif antara komunikasi Pimpinan terhadap kinerja karyawan yang dibuktikan dengan nilai tanggapan responden
Fitria Adelina, 2014 (UIN Suska Riau)	Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Kisel (Koperasi Telekomunikasi Seluler) Pekanbaru	Hasil penelitian ini memiliki pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan Kisel
Lili Wahyuni, 2009 (Univ Diponegoro)	Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi Dengan Komitmen Organisasi Dan Tekanan Pekerjaan Sebagai Variabel Intervening	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh langsung terhadap Kinerja. Komunikasi organisasi berpengaruh negatif terhadap tekanan pekerjaan.
Sarina, 2016 (Univ Maritim R.Ali Haji)	Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Camat Siantan Tengah Kabupaten Kepulauan Anambas	Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh komunikasinya masih rendah. Walaupun rendah komunikasi ini tetap memiliki pengaruh terhadap kinerja.

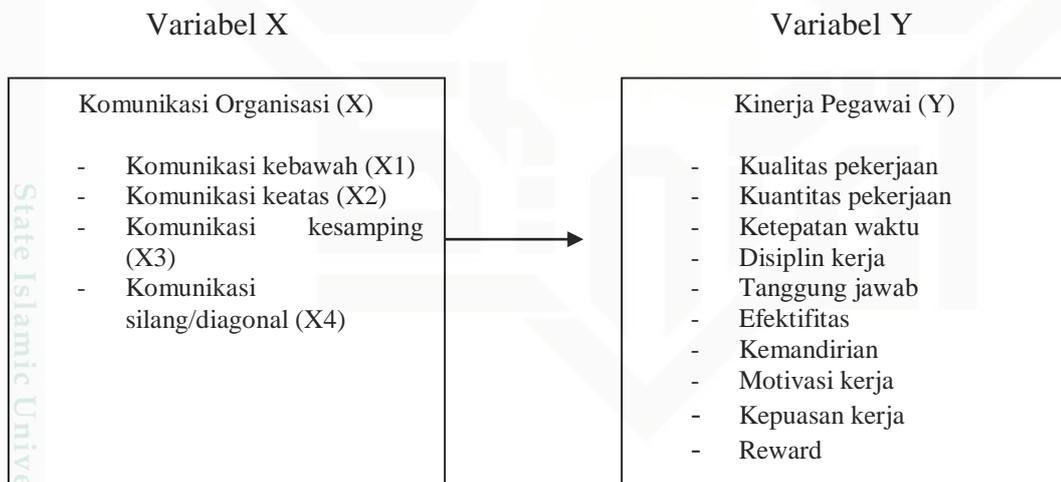
Dari hasil penelitian yang telah ada, bahwasanya ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi terhadap kinerja. Dari hasil Penelitian terdahulu yang sudah tertera diatas, bahwa dapat kita simpulkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis teliti sekarang ini adalah Pada Penelitian terdahulu, Pengaruh komunikasi sudah berjalan dengan baik, dapat dilihat dari tanggapan responden yang hampir mendekati angka standar baik yang sesuai diharapkan. Kecuali dengan Penelitian yang diteliti oleh Sarina di Kabupaten

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.

Kepulauan Anambas, hasil penelitiannya mengatakan bahwa pengaruh komunikasi kinerja masih rendah. Sedangkan penelitian sekarang ini menjelaskan tentang pengaruh kedisiplinan kerja para pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama dan apakah kedisiplinan itu nantinya akan berpengaruh terhadap hasil kinerja para pegawai di Kantor tersebut

#### D. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberi gambaran terhadap kerangka teoritis yang terdapat dalam penelitian. Hal ini sangat perlu supaya memudahkan penulis untuk melakukan pengukuran di lapangan. Sesuai dengan pokok permasalahan penelitian ini yang akan dicari adalah pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Maka dapat ditemukan konsep operasional sebagai berikut:



Penelitian ini akan mengambil dua variabel yang akan menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang mana variabeln (X) bebas terdiri dari komunikasi organisasi (atas, bawah, samping, dan silang) sedangkan variabel (Y) terikat terdiri dari kinerja pegawai (kualitas pekerjaan, kuantitas pekerjaan, ketepatan waktu, disiplin kerja, tanggung jawab, efektifitas, kemandirian, motivasi kerja, kepuasan kerja).

## 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. Hipotesis

Hipotesis asosiatif dapat didefinisikan sebagai dugaan/jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan hubungan (asosiasi) antara dua variabel penelitian.

Peneliti ingin mengetahui apakah “Komunikasi Organisasi” berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Maka peneliti membuat rumusan masalah seperti Bagaimana Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau?

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel jamak. Variabel pertama adalah “Komunikasi Organisasi”, sedangkan Variabel kedua adalah “Kinerja Pegawai”, karena rumusan masalah mempertanyakan perihal hubungan antara dua variabel, maka hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatif. Ada dua pilihan hipotesis yang dapat dibuat oleh peneliti sesuai dengan dasar teori yang digunakan, yakni:

**Ho:** Diduga tidak ada Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai berpengaruh pada Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.

**H1:** Diduga Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai berpengaruh pada Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.