

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Dalam bahasa Inggris, komunikasi memiliki arti *communication* yang memiliki banyak sekali penafsiran. Berdasarkan perwujudannya, makna komunikasi berawal dari salah satu kata dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti sama atau serupa (*common*). Berawal dari kata *communis* sampai ke kata kerja *communicare* memiliki arti menyampaikan informasi kepada berbagai macam pihak yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang sama (Wursanto, 2005).

Komunikasi merupakan cara penyampaian pesan yang paling dikenal luas oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media yang memberikan dampak tertentu. Komunikasi memiliki lima buah komponen, yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, dan dampak. Komunikasi mengkaji dampak komunikasi tidak hanya melalui metodologi *ontologis* (apa itu komunikasi) tetapi juga secara aksiologis atau bagaimana keberlangsungan proses komunikasi yang terjadi. (Cangara, 2014).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah suatu jalannya penyampaian gagasan seorang individu/komunikator kepada orang lain/komunikan. Gagasan bisa berupa pemikiran, data dan sentimen atau perasaan yang muncul dari dalam otak seseorang. Sentimen seperti kepastian, keyakinan, pertanyaan, stres, kemarahan,

ketabahan mental, energi, dan lain-lain yang muncul dari lubuk hati yang terdalam. Proses komunikasi pada prinsipnya merupakan suatu teknik yang meliputi penyampaian pikiran dan pendapat seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai medianya. Bahasa, tulisan, keterampilan, dan lain sebagainya merupakan simbol-simbol penting dalam proses komunikasi. (Puspitasari, 2010).

Berbeda dengan Steven, Dia mengatakan bahwa komunikasi terjadi kapan saja. Suatu kelompok merespons salah satu objek. Apakah itu berasal dari individu atau lingkungan yang ada di sekitarnya. Teori dari Harold D. Lasswell adalah metode yang tepat guna memahami tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa dampaknya? (Ramadhan, 2015).

2. Tujuan Komunikasi

Tindakan komunikasi bertujuan untuk mengharapkan pengertian, dukungan, pikiran, serta mempengaruhi tindakan. Sebagaimana dikemukakan Effendy (2004), ada empat tujuan komunikasi, yaitu mengubah cara pandang, mengubah opini atau pendapat, mengubah perilaku, dan mengubah sikap masyarakat. Selain itu, menurut Widjaya dalam Santosa, 2007 menyampaikan bahwa komunikasi mempunyai berbagai macam tujuan, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Untuk dapat memahami pesan yang ingin disampaikan, komunikator wajib menjelaskannya dengan sebaik-baiknya dan sedalam-dalamnya kepada komunikan agar mereka memahami maknanya.
- b. Agar bisa memahami perasaan orang lain atau komunikan, maka komunikator wajib memahami suara masyarakat atas apa yang mereka inginkan.
- c. Agar gagasannya bisa diterima oleh orang lain, komunikator berusaha meyakinkan orang lain supaya menerima gagasannya, bukan memaksakan kehendaknya.
- d. Untuk mengajak orang lain agar dapat melakukan sesuatu yang diharapkan.

3. Elemen Komunikasi

Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2004) menuliskan bahwa dalam komunikasi terdapat tujuh unsur penting, yaitu:

- a. Sumber

Sumber digambarkan sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber komunikasi sesama manusia dapat berupa individu tunggal atau suatu organisasi seperti partai, organisasi, yayasan, atau bangsa.

- b. Pesan

Pada proses komunikasi, suatu pesan atau informasi akan diberikan kepada penerima atau komunikan. Pesan atau informasi dapat disampaikan secara tatap muka atau melalui media komunikasi.

c. Media

Media merupakan sarana penyampaian pesan dari asal ke tujuan. Media relasional, media kelompok, dan media *massa* merupakan contoh media komunikasi.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menerima pesan yang dikirimkan dari sumber tersebut. Pesan tersebut dapat diterima oleh setidaknya satu individu, suatu perkumpulan, kelompok, divisi, partai, atau negara.

e. Efek

Pengaruh adalah perubahan antara proses berpikir, perasaan, dan tindakan penerima pesan sebelum menerima pesan dan setelah menerima pesan.

f. *Feedback*

Tanggapan balik atau *feedback* adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima.

g. Lingkungan

Lingkungan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi jalannya proses komunikasi. Faktor tersebut terdiri dari aspek fisik, sosial, sosial, mental dan waktu.

B. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah cara paling umum untuk bertukar pesan dalam sebuah organisasi yang biasanya bergantung satu sama lain untuk beradaptasi dengan situasi yang tidak menyenangkan, tidak menentu, serta terus berkembang (Subkhi & Januar, 2013). Komunikasi Organisasi adalah tampilan dan pemahaman pesan antar unit komunikasi yang penting bagi suatu kelompok. (Pace & Faules, 2010). Komunikasi organisasi adalah sumber dan penerima pesan dalam suatu organisasi, di dalam kelompok yang formal maupun informal organisasi. (Subkhi & Jauhar, 2013).

Alasan dilakukannya komunikasi organisasi adalah untuk bekerjasama, melaksanakan, atau memperlancar jalannya sebuah organisasi. Sebagaimana Liliweri (2013), terdapat setidaknya empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:

- a. Menyampaikan suatu pemikiran, sudut pandang, serta pendapat.
- b. Membagikan informasi.
- c. Menyampaikan suatu perasaan serta emosi.
- d. Melakukan koordinasi.

Terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yang bersifat umum dan khusus menurut Liliweri (2014). Fungsi tersebut adalah:

a. Fungsi Umum

- Tujuan dari komunikasi yaitu untuk memberikan informasi kepada komunikan yang terdiri dari individu maupun kelompok tentang bagaimana cara agar dapat menindaklanjuti pekerjaan sesuai kemampuannya.
- Komunikasi bertujuan untuk menjual pemikiran, pemikiran, penilaian dan kenyataan. Termasuk menjual sikap dan mentalitas organisasi terhadap sesuatu yang menjadi sasaran layanan.
- Komunikasi berfungsi untuk lebih mengembangkan kemampuan anggota/karyawan sehingga mereka dapat memperoleh manfaat dari pihak lain, menyadari proses berpikir orang lain, merasakan dan melakukan apa yang dikatakan orang lain mengenai organisasi.
- Tujuan komunikasi adalah untuk menentukan siapa atasan dan siapa bawahan, serta apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan. selain jumlah wewenang dan posisi yang diperlukan untuk memutuskan bagaimana menangani berbagai individu, serta untuk mengatur bagaimana caranya memanfaatkan sumber daya manusia serta mengalokasikan individu, strategi, mesin, serta metode di dalam organisasi.

b. Fungsi Khusus

- Mendorong para karyawan untuk memasukkan diri mereka dalam isu-isu organisasi dan kemudian menafsirkan isu-isu tersebut ke dalam kegiatan-kegiatan yang diperintahkan.

- Memberdayakan karyawan untuk membuat dan menangani hubungan antara satu sama lain untuk mengerjakan produk organisasi.
- Menyebabkan karyawan dapat menghadapi serta mengambil sebuah keputusan dalam lingkungan tidak menentu serta tidak pasti.

Komunikasi organisasi digolongkan menjadi komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi ke samping (Devito, 2004). Semua dapat dikategorikan sebagai komunikasi formal dengan tujuan memperlancar pekerjaan. Selain itu, di dalam organisasi terdapat komunikasi informal yang terjadi melalui saluran atau media yang tidak resmi di dalam organisasi atau di luar struktur organisasi. Komunikasi ini dapat berkaitan dengan masalah pekerjaan dan bisa pula tidak berkaitan dengan pekerjaan. Para guru dan karyawan terlepas dari kedudukan dan tugasnya, dapat membentuk kelompok-kelompok yang bisa saja terbentuk atas dasar rasa saling suka, rasa senasib seperjuangan, dan sebagainya. Mereka berkomunikasi di dalam kelompok ini, berbagi informasi dan menjadikannya sebagai tempat gosip. Seorang pemimpin harus menggunakan komunikasi formal dan informal secara efektif.

C. Jenis-Jenis Komunikasi Organisasi

1. Komunikasi Ke Bawah

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat jabatan yang tinggi kepada tingkat yang lebih rendah (Mesiono, 2012). Komunikasi ke bawah menunjukkan alur pesan yang mengalir dari pemimpin kepada karyawan. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan

yang terkait dengan tugas. Pesan tersebut berhubungan dengan pengarahan, penugasan, tujuan, perintah, serta kebijakan umum.

Menurut Robbins dan Coulter, komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang mengalir dari pemimpin kepada karyawan. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menginformasikan, bersifat langsung, berkoordinasi, dan mengevaluasi pegawai. Ketika pemimpin Menyusun sasaran kepada pegawai, maka digunakanlah komunikasi dari atas ke bawah. Mereka juga menggunakan komunikasi dari atas ke bawah Ketika memberi tugas kepada karyawan, memberi informasi serta prosedur organisasi, dan memaparkan masalah yang perlu mendapat perhatian atau mengevaluasi kinerja dapat dilaksanakan melalui metode komunikasi tertentu (Syafaruddin, 2015).

Sebagaimana dijelaskan oleh Nurjaman dan Umam (2012), komunikasi ke bawah memiliki beberapa fungsi, antara lainnya adalah:

- Menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan, prosedur, program, dan sasaran kerja.
- Memberikan penugasan.
- Menyampaikan umpan balik oleh atasan kepada bawahan tentang perilaku dan performa kerjanya.
- Memberi informasi organisasi berupa laporan keadaan dan laporan perkembangan.
- Mengajukan permintaan dari atasan kepada bawahan.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi ke bawah adalah alur pesan yang mengalir dari pimpinan (Kepala Sekolah) kepada karyawan (Guru dan Karyawan). Proses komunikasi yang dilakukan ialah memberikan informasi berupa kebijakan, ide, perintah, serta saran untuk memaksimalkan pencapaian kerja yang memuaskan.

2. Komunikasi Ke Atas

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi (Mesiono, 2012). Komunikasi ke atas berfungsi sebagai balikan bagi pimpinan memberi petunjuk tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan kepada bawahan dan dapat memberikan stimulus kepada karyawan untuk berkontribusi dalam merumuskan pelaksanaan kebijakan bagi departemennya atau organisasinya. Berikut merupakan fungsi komunikasi ke atas menurut Nurjaman & Umam (2012):

- Menyampaikan umpan balik atas kebijakan, pengaturan, pengarahan, serta instruksi atasan.
- Menyampaikan laporan dan hasil kerja.
- Menyampaikan ide untuk peningkatan kinerja serta penyelesaian masalah.
- Menyampaikan permintaan informasi atau bantuan.
- Menyampaikan ungkapan, sikap, kritik, dan saran yang berkaitan dengan kerja maupun pribadi karyawan.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi ke atas adalah arus pesan yang mengalir dari bawahan atau guru kepada atasan atau pimpinan (kepala sekolah). Komunikasi ke atas berfungsi sebagai umpan balik atau *feedback* bagi atasan atas kebijakan, pengaturan, pengarahan, dan instruksi atasan dalam meningkatkan kinerja berjalan secara efektif.

3. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang berlangsung antara orang-orang dalam level dari tingkatan yang sama dalam struktur formal (Syafaruddin, 2015). Dalam komunikasi organisasi, hal ini sangatlah penting. Banyak yang menyebut kegiatan ini sebagai komunikasi lateral yang berada di dalam sistem informal.

Adapun tujuan dari komunikasi horizontal. Menurut Saleh (2016), tujuan dari komunikasi horizontal adalah:

- Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.
- Berbagi informasi mengenai rencana.
- Pemecahan masalah.
- Memperoleh pemahaman bersama.
- Untuk musyawarah serta menengahi perbedaan pendapat.
- Menumbuhkan dukungan antar personal.

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi pada orang-orang yang memiliki tingkatan yang sama seperti kepala sekolah dengan kepala sekolah

lainnya, guru dengan guru lainnya, begitupun sebaliknya dengan tujuan untuk memajukan semangat kerja sama dalam organisasi yang sama untuk mencapai kinerja yang baik dan efektif.

D. Konsep Implementasi Komunikasi Organisasi Dalam Mengelola Sekolah

Pelaksanaan atau *actuating* adalah aktivitas untuk melakukan dorongan, pengarahan, serta pengaruh terhadap seluruh anggota kelompok organisasi agar mau bekerja secara kesadaran penuh dan suka rela dengan tujuan mencapai *goal* atau tujuan yang ditetapkan sesuai dengan perencanaan dan pola organisasi. Proses *actuating* adalah proses pemberian perintah, pedoman, serta keterampilan dalam berkomunikasi. *Actuating* adalah inti dari manajemen yang menggerakkan untuk mencapai hasil (Siagian, 1997).

Fungsi *actuating* merupakan bagian dari proses organisasi yang tidak dapat dipisahkan. Karena tindakan ini berfungsi untuk memberikan Gerakan serta kesadaran terhadap dasar dari pekerjaan yang dilakukan disertai dengan memberi motivasi-motivasi baru. Sehingga mereka bisa menyadari dan muncul keinginan untuk bekerja dengan tekun.

Actuating juga memiliki arti mengelola lingkungan organisasi yang melibatkan lingkungan kerja dan orang lain dengan tata cara yang baik. Faktor membimbing dan memberi peringatan sebagai penunjang kesuksesan rencana. Apabila hal tersebut diabaikan, maka akan memberikan pengaruh yang kurang baik terhadap keberlangsungan suatu organisasi dan lain-lainnya.

E. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Wahyu Widiyaningrum & Ahmad Toni, 2020	Implementasi Komunikasi Organisasi pada Surat Kabar Harian Memo	Penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber dan catatan dokumen Surat Kabar Harian Umum "Memo".	<p>"Memo" memiliki karakter organisasi yang terbuka dengan sistem pengaturan yang ketat. Selain itu, koran Memo mengoptimalkan komunikasi informal sebagai penyeimbang komunikasi formal. Perbincangan di luar jam kerja serign dilakukan untuk membangun kedekatan dan membuka ruang diskusi seluas mungkin dalam penyampaian ide serta feedback dari atasan kepada bawahan, begitupun sebaliknya.</p> <p>Selain itu, koran Memo tidak memiliki alur komunikasi yang dominan. Akan tetapi menggunakan seluruh aliran komunikasi sesuai dengan situasi yang dihadapi dalam</p>

			menyampaikan pesan kepada para anggotanya seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, serta komunikasi horizontal.
Iis Dewi Lestari, 2019	Implementasi Komunikasi Efektif Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Di SDN Mekarjaya 30 Depok	Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data.	Kepala sekolah di SD Negeri Mekarjaya 30 Depok dapat mengimplementasikan komunikasi yang efektif dengan guru. Hal yang membuat kepala sekolah dinilai mampu menerapkan komunikasi yang efektif dilihat dari: (1) Pemilihan saluran komunikasi yang tepat oleh kepala sekolah. (2) Kepala sekolah berusaha memahami karakter dan kepribadian masing-masing guru. (3) Kepala sekolah memakai bahasa tubuh sebagai penekanan dari informasi agar lebih mudah dipahami oleh guru. (4) Guru memberikan feedback dalam bentuk empati yang

			<p>diwujudkan melalui motivasi kerja yang tinggi.</p> <p>Kemudian iklim kerja di SDN Mekarjaya 30 terasa harmonis dan selaras, karena kepala sekolah dapat berkomunikasi dengan efektif kepada guru. Kepala sekolah melakukan rapat untuk berkomunikasi dengan guru secara formal. Kepala sekolah juga melakukan komunikasi tertulis melalui surat edaran yang berisikan peraturan, jadwal ujian, dll.</p>
Nurhayati & Diah Kusyani, 2022	Implementasi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran	Pendekatan penelitiannya adalah kualitatif naturalistik. Data yang diperoleh berupa hasil wawancara, hasil observasi, serta studi literatur. Kemudian datanya diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif.	Hasil yang didapatkan adalah dapat disimpulkan bahwa implementasi komunikasi organisasi kepala sekolah kepada guru dan karyawan masih dinilai belum efektif. Karena terdapat hambatan seperti guru dan karyawan yang enggan menyampaikan

			pendapat, kesusahan dalam pekerjaan, perasaan sensitif dari guru yang merasa kepala sekolah kurang perhatian, hingga minimnya rasa simpati karena memiliki rasa curiga, serta kurangnya sarana prasarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan belajar mengajar. Serta terdapat perbedaan pendapat dalam menetapkan tujuan pembelajaran yang akan dicapai.
Dewi Triana, Asep Suryana & Dandi Supriadi, 2023	Implementasi Komunikasi Organisasi Pada Pembelajaran Tatap Muka (PTM) Terbatas Di SDIT Al-Biruni Di Masa Pandemi	Penelitian menggunakan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara mendalam dan Analisa dokumen termasuk pencarian data secara <i>online</i> . Informan atau narasumber yang dipilih adalah pimpinan sekolah, guru, dan komite sekolah yang bertugas untuk menelaah tentang penerapan kebijakan dan	Kasus Covid-19 yang mulai melandai mengakibatkan pemerintah mulai melonggarkan mobilitas warganya. Salah satunya adalah penyelenggaraan PTM terbatas dengan prosedur yang ketat. Kegiatan PTM terbatas dilakukan pada tanggal 30 Agustus 2021 yang mana SDIT Al-Biruni menyanggupi dalam mengadakan kegiatan PTM terbatas. Sehingga

		<p>pelaksanaan PTM terbatas.</p>	<p>diterapkan berbagai protocol Kesehatan seperti istilah menjaga jarak dengan memberi lambang X di tempat-tempat tertentu, mencuci tangan dengan wastafel yang telah disediakan di setiap ruangan kelas.</p> <p>Komunikasi ke bawah melibatkan Suku Dinas Pendidikan sebagai lembaga di atas SDIT Al Biruni yang mendampingi dan mengawasi kegiatan PTM terbatas. Komunikasi ke atas, terjadi di lingkup internal SDIT Al Biruni yaitu antara pimpinan sekolah dengan staf atau anggotanya. Sedangkan komunikasi informal atau selentingan, adalah informasi yang keluar dari wali murid bersifat kritikan, masukan, dan desas desus yang kemudian memberi manfaat bagi pihak</p>
--	--	----------------------------------	--

			<p>sekolah yaitu sebagai masukan dan sumber diskusi bersama untuk mencari jalan tengah (win win solution). Komunikasi informal ini umum terjadi untuk setiap ada perubahan di lingkungan.</p>
<p>Rafi Rahmat D, Yuliani Rachma P, & Almira Shabrina, 2022</p>	<p>Implementasi Strategi Komunikasi Organisasi terhadap Semangat Kerja Pegawai PT. Cendana Wahana Gemilang</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif interpretatif dalam memenuhi data penelitian. Sumber data diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan utama, tiga informan pendukung, yaitu direktur, manajer, kepala team hingga staff di PT. Cendana Wahana Gemilang.</p>	<p>Terdapat tiga tahap strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang. Yaitu tahap perencanaan yang mana mereka memahami apa saja masalah yang tiba Ketika memasuki fase pasca Covid-19. PT. Cendana Wahana Gemilang terus melakukan evaluasi serta inovasi agar seluruh jajaran perusahaan dapat bertahan dalam masa tersebut. Dan dinilai berhasil karena data penjualan di PT. Cendana Wahana Gemilang menunjukkan angka yang mulai merangkak naik dari awal masa pandemi Covid-19. Kemudian</p>

			<p>untuk menjaga semangat pegawai dalam bekerja, manajemen merancang tujuan dari strategi komunikasinya dengan mengedepankan pengembangan inovasi, potensi, dan inisiatif pegawai yang berlandaskan pendekatan komunikasi organisasi Human Resources.</p> <p>Tahap pelaksanaan: PT. Cendana Wahana Gemilang memberi motif kebutuhan atas prestasi, kekuasaan, dan afiliasi kepada para pegawainya dengan tujuan menjaga semangat pegawai dalam bekerja.</p> <p>Tahap Evaluasi: Manajemen PT. Cendana Wahana Gemilang melakukan evaluasi manajemen dan evaluasi program kerja. Seluruh rangkaian evaluasi</p>
--	--	--	--

			<p>sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa efektif strategi komunikasi yang dilakukan PT. Cendana Wahana Gemilang dalam menjaga semangat kerja para pegawainya.</p>
--	--	--	---

Tabel 1: Penelitian Terdahulu



F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konsep tentang bagaimana sebuah teori dapat dikaitkan dengan beraneka ragam faktor yang diidentifikasi sebagai sebuah permasalahan penting. Kerangka berpikir dapat dikembangkan berdasarkan konteks permasalahan dan landasan teori yang telah dibahas sebelumnya:

