

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Menguraikan landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini. Pada bab ini penulis mencoba menggambarkan secara garis besar tentang definisi komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, dan efektivitas komunikasi interpersonal.

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Muhammad Gunanto Wibisono (2016)

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DINAS PERHUBUNGAN KOTA SURABAYA KHUSUSNYA DI UPTD PARKIR TIMUR Program studi komunikasi. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Surabaya khususnya di Uptd Parkir Timur dalam meningkatkan kinerja pegawainya memiliki faktor yaitu pemerintah memberikan pengembangan serta pelatihan pegawai kompensasi yang diberikan kepada karyawan atas jasa-jasa yang telah mereka sumbangkan kepada masyarakat, pemerintah dan Negara. Kompensasi yang diberikan terdiri dari kompensasi financial baik yang dibayarkan secara langsung berupa gaji dan insentif serta kompensasi tidak langsung berupa keuntungan dan kesejahteraan pegawai, maupun kompensasi non financial. Selain memberikan kompensasi perusahaan juga memberikan pengintegrasian semacam memotivasi karyawannya dimana dengan memotivasi tersebut karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik dan perusahaan juga mendorong para karyawan untuk menumbuhkan semangat kerja dalam mencapai tujuan perusahaan dengan hasil kerja kerasnya perusahaan juga memberikan suatu penghargaan untuk menghargai jasa para karyawannya.

Azhar (2016)

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT.BANK NEGARA INDONESIA KCU GRESIK Program studi ilmu komunikasi. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif komunikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kajian kepustakaan, analisis dan penyusunan kesimpulan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terkait efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia KCU Gresik dalam meningkatkan kinerja karyawan selain pemberian kompensasi dan pengintegrasian faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dengan memberikan salah satu fasilitas perusahaannya yaitu teknologi dimana perkembangan teknologi akan memberikan pengetahuan yang lebih luas bagi karyawan, pencapaian hasil kerja yang lebih baik dan memperbaiki produktivitas. Komunikasi interpersonal yang efektif yang digunakan Bank Negara Indonesia dalam meningkatkan kinerja karyawan bukan hanya secara langsung tetapi juga melalui beberapa media semacam aplikasi WA dan BBM dimana melalui media ini karyawan difasilitasi dengan memberikan uang pulsa dan oleh karena itu karyawan diharuskan mengaktifkan ponselnya selama 24 jam karena yang di komunikasikan didalamnya bukan hanya kinerja melainkan pelayanan. Selain WA dan BBM juga mempergunakan yang disebut dengan BNI forum dimana media komunikasi di BNI forum ini menginformasikan berbagai hal seperti semua hal yang berhubungan dengan BNI, program BNI maupun produk-produk BNI yang perlu diketahui oleh semua pihak terutama terhadap karyawan. Selain itu diadakannya morning briefing yang dilakukan pagi hari setiap bulan lalu sore hari diadakannya ceremoment dan setiap bulan juga ada yang namanya bulan mutu dimana ada sharing supaya menemukan kendala-kendala yang dihadapi dan menemukan solusi supaya dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam PT.Bank Negara Indonesia KCU Gresik tersebut.

Mohammad Asraril Arifin Fityan (2014)

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DI UNIT KEGIATAN MAHASISWA FOTOGRAFI DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA ORGANISASI (Survei di UKM Fotografi Universitas 17

Agustus 1945 Surabaya) Program studi ilmu komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menyebarkan kuisioner untuk penarikan sample. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi di Unit Kegiatan Mahasiswa Fotografi dalam rangka peningkatan kinerja organisasi dapat disimpulkan seperti berikut: komunikasi ke bawah (*downward communication*) yang dilakukan oleh UKM Fotografi UNTAG Surabaya sudah dapat dikatakan efektif karena lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atas kebawah (Katz dan Kahn, 1966) yaitu informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan, informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan, informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi, dan informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas semua itu sudah berjalan dengan baik dalam organisasi tersebut. Komunikasi ke atas (*up ward communication*) untuk meningkatkan kinerja karyawan komunikasi ke atas ini sangat dibutuhkan agar tidak hanya dari pengurus organisasi saja tetapi dari anggotanya juga. Keseimbangan inilah yang akan berguna bagi kemajuan UKM Fotografi UNTAG Surabaya. Komunikasi sejajar (*sideways communication*) digunakan untuk membuktikan keefektivitasan komunikasi dalam mengatasi semua masalah yang terjadi dalam organisasi. Terdapat empat divisi suatu kinerja organisasi UKM Fotografi dalam kepengurusan organisasi yaitu divisi humas, divisi perlengkapan, divisi kesekretariatan, dan divisi pelatihan dan pengembangan. Berdasarkan hasil penelitian dan teori yang dijelaskan dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi yang ada dalam UKM Fotografi UNTAG Surabaya berjalan cukup baik begitu juga dengan kinerja organisasinya sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasinya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Komunikasi

“ Istilah komunikasi dari bahasa Inggris *communication*, secara etimologis atau menurut asal katanya dari bahasa latin *communicates* yang bersumber dari kata *communis* yang memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan dan kesamaan makna.

Hovland, Janis dan Kelly dalam Edi Harapan (2004) mendefinisikan komunikasi sebagai : *“the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)”*. Sedangkan Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha menimbulkan respon melalui lambing-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli.

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

2.2.2 Komunikasi Organisasi dari Atas ke Bawah

Komunikasi dari atas ke bawah merupakan saluran yang paling sering digunakan dalam organisasi. Arus komunikasi ini adalah pengiriman pesan dari pimpinan ke bawahan. Proses komunikasi yang terjadi didalam organisasi khususnya yang menyangkut komunikasi antara atasan dan bawahan merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Komunikasi yang efektif tergantung pada hubungan antara atasan bawahan yang dibangun berdasarkan suasana organisasi yang positif.

Menurut Katz dan Kahn dalam Purwanto (2003), komunikasi dari atas ke bawah memiliki lima tujuan pokok, yaitu:

- 1) Memberikan arahan atau instruksi kerja tertentu
- 2) Memberikan informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan
- 3) Memberikan prosedur dan praktik organisasional
- 4) Memberikan umpan balik pelaksanaan kerja kepada para karyawan
- 5) Menyajikan informasi mengenai aspek ideology dalam membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

Kunci utama dari komunikasi dari atas ke bawah adalah bawahan harus bereaksi lebih efektif terhadap masalah yang dianggap sebagai kepentingan paling personal terhadap atasannya.

2.2.3 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari. Trenholm dan Jensen (1995:26) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik).

Deddy Mulyana (2008:81) bahwa komunikasi interpersonal komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Menurut Devito (1989), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Onong U. Effendy, 2003: 30)

2.2.3.1 Komponen-komponen komunikasi interpersonal

Dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara integratif saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri.

1. *Sumber/komunikator* adalah orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi yang berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain.
2. *Encoding* adalah tindakan memformulasikan isi pikiran kedalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampainnya.
3. *Pesan* merupakan hasil *encoding* yang disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.
4. *Saluran* merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber kepenerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara

umum, penggunaan saluran digunakan karena situasi dan kondisi yang tidak memungkinkan untuk dilakukan komunikasi secara tatap muka.

5. *Penerima/komunikasikan* adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan.
6. *Decoding* adalah kegiatan internal dalam diri penerima yang dimulai dari proses sensasi. Proses sensasi dilanjutkan dengan persepsi yaitu proses memberi makna atau *decoding*.
7. *Respon* yaitu apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, dan negatif.
8. *Gangguan (noise)* merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.
9. *Konteks komunikasi* yaitu dimana komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi ruang, waktu, dan nilai.

2.2.3.2 Asas-asas komunikasi interpersonal

Terdapat lima asas komunikasi interpersonal yaitu:

1. Komunikasi berlangsung antara pikiran seseorang dengan pikiran orang lain. Contoh: komunikasi interpersonal antara seorang yang biasa menggunakan bahasa jawa dan orang yang biasa menggunakan bahasa sunda. Kata “gedhang” dalam bahasa jawa berarti pisang, dalam bahasa sunda berarti pepaya.
2. Orang hanya bisa mengerti sesuatu hal dengan menggunakannya pada suatu hal lain yang telah dimengerti. Artinya ketika memahami suatu informasi seseorang mengaitkan informasi tersebut dengan pengalaman dan pengetahuan yang sudah dimengerti. Contoh: ketika mendengar bunyi kentongan, sekelompok orang memaknai adanya orang yang bertugas ronda yaitu menjaga lingkungan namun kelompok orang lain ada yang memaknai pedagang mi ayam, petani yg sedang menghalau burung yang menyerang tanaman padi, dan sebagainya.
3. Setiap orang berkomunikasi tentu mempunyai tujuan. Tujuan tersebut mulai dari hanya sekedar menyapa atau berbasa-basi untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, menyampaikan informasi, sekedar menjaga hubungan, dan sebagainya.

4. Orang yang telah melakukan komunikasi mempunyai suatu kewajiban untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memahami makna pesan yang akan disampaikan agar tidak terjadi kekeliruan pemaknaan pesan pada diri sumber dan penerima pesan.
5. Orang yang tidak memahami makna informasi yang diterima, memiliki kewajiban untuk meminta penjelasan agar tidak terjadi mis-komunikasi.

2.2.3.3 Tujuan komunikasi interpersonal

Ada beberapa tujuan komunikasi interpersonal yaitu sebagai berikut:

1. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain yaitu seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, dan sebagainya.
2. Menemukan diri sendiri artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain, sering dikatakan bahwa seseorang tidak mudah melihat kesalahan dan kekurangan pada diri sendiri tetapi mudah menemukan kekurangan dalam diri orang lain.
3. Menemukan dunia luar artinya mengetahui informasi dari orang lain. Contohnya komunikasi dengan seorang sopir dapat memperoleh informasi tentang jalur perjalanan di kota yang sering macet.
4. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis. Manusia tidak dapat hidup sendiri dan perlu bekerja sama dengan orang lain. Oleh karena itu dengan banyak teman maka semakin lancar pelaksanaan kegiatan dalam hidup sehari-hari.
5. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku. Contohnya melalui komunikasi interpersonal seorang ayah menginginkan agar ada perubahan sikap dan perilaku anaknya sehingga sang anak meningkatkan intensitas belajar.
6. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu. Berbicara dengan teman mengenai perayaan acara ulang tahun, bertukar cerita-cerita lucu adalah merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu selain itu dapat mendatangkan kesenangan.

7. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi. Dengan komunikasi interpersonal kita dapat melakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan tafsiran.
8. Memberikan bantuan (konseling). Contohnya seorang remaja “curhat” kepada sahabatnya tentang putus cinta, tujuan melakukan curhat tersebut untuk mendapatkan bantuan pemikiran sehingga mendapatkan solusi yang baik.

2.2.4 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan bisa diterima dan dimengerti sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan sehingga pesan bisa ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara sukarela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi, dan tidak ada hambatan untuk hal itu (Hardjana, 2003)

Terdapat lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal menurut Devito (1997:256-259) meliputi:

a Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan adalah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Sikap keterbukaan ditandai dengan adanya kejujuran dalam merespon segala rangsangan komunikasi. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap yang positif, karena dengan keterbukaan komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

b Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk memahami perasaan orang lain, apa yang dialami orang lain serta dapat memahami suatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kacamata orang lain. Hakekat empati adalah usaha

masing-masing pihak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain, dapat memahami pendapat, sikap dan perilaku orang lain.

c Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana sikap mendukung yang berarti masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka.

d Sikap positif (*positiveness*)

Dalam sikap positif pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Sikap positif dapat ditunjukkan dengan berbagai macam perilaku dan sikap meliputi: menghargai orang lain, berpikiran positif terhadap orang lain, tidak menaruh curiga secara berlebihan, meyakini pentingnya orang lain, memberikan pujian dan penghargaan, komitmen menjalin kerjasama.

e kesetaraan (*equality*)

Secara ilmiah dimana dua orang yang melakukan kegiatan komunikasi secara interpersonal tidak pernah tercapai suatu situasi yang menunjukkan kesetaraan atau kesamaan secara utuh diantara keduanya. Pastilah yang satu lebih kaya, lebih pintar, lebih tampan atau cantik, dan sebagainya. Namun disini kesetaraan yang dimaksud adalah berupa kesadaran dan kerelaan untuk menempatkan diri setara dengan partner komunikasi.

2.2.4.1 Faktor keefektifan komunikasi interpersonal

Ada beberapa faktor yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi interpersonal jika di lihat dari sudut komunikator, komunikan, dan pesan.

1. Faktor keberhasilan dilihat dari sudut komunikator
 - a. Kredibilitas yaitu kewibawaan seorang komunikator dimana pesan yang disampaikan komunikator dengan tingkat kepercayaan yang tinggi akan lebih banyak memberikan pengaruh kepada komunikan
 - b. Daya tarik, dengan adanya daya tarik akan mengundang simpati penerima pesan komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah untuk diterima dan dimengerti
 - c. Kemampuan intelektual yaitu tingkat kecakapan, kecerdasan, dan keahlian seorang komunikator
 - d. Integritas atau keterpaduan yaitu dimana ucapan dan tindakan seorang komunikator dilakukan secara terpadu atau sesuai
 - e. Kepekaan sosial yaitu kemampuan komunikator untuk memahami kondisi dan situasi lingkungannya
 - f. Kematangan tingkat emosional yaitu kemampuan komunikator untuk mengendalikan emosinya
 - g. Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan yaitu komunikator harus bisa memahami kondisi psikologis komunikan
 - h. Komunikator yang supel, ramah, dan tegas.

- 2) Faktor keberhasilan dilihat dari sudut komunikan
 - a. Kecakapan komunikan
 - b. Komunikan yang mempunyai pengetahuan yang luas
 - c. Komunikan yang ramah, supel, dan pandai bergaul
 - d. Komunikan harus paham dengan siapa ia berbicara
 - e. Sikap bersahabat dengan komunikator

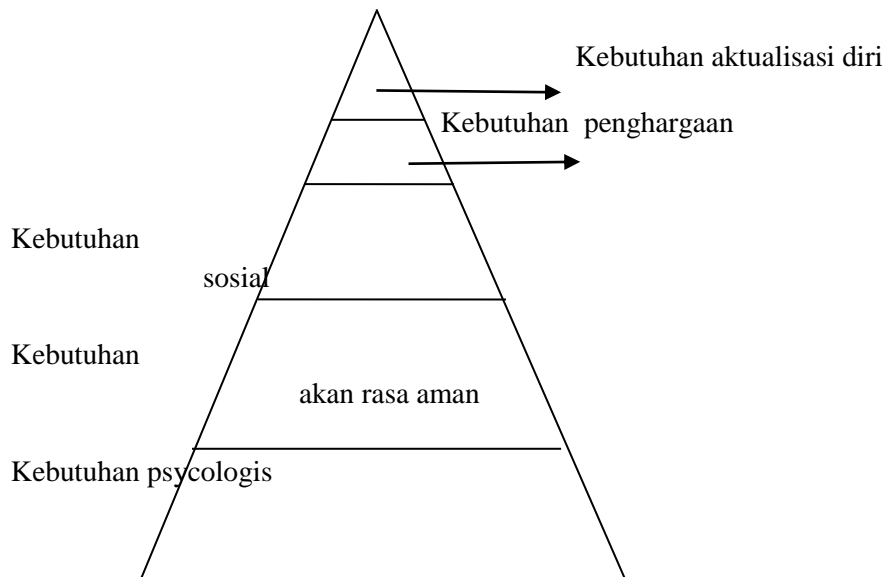
- 3) Faktor keberhasilan dilihat dari sudut pesan
 - a) Pesan komunikasi interpersonal yang akan disampaikan harus dirancang dengan cara tertentu agar lebih mudah untuk dipahami
 - b) Lambang-lambang yang digunakan harus bisa dipahami
 - c) Pesan yang disampaikan harus jelas sesuai situasi dan kondisi
 - d) Pesan yang disampaikan tidak menimbulkan penafsiran yang berlainan
 - e) Pesan yang disampaikan harus mengandung informasi yang berguna bagi komunikan
 - f) Pesan yang disampaikan berupa konkrit, detail, dan disertai bukti

- g) Pesan yang disampaikan berupa rekomendasi untuk membantu komunikasi.

2.2.5 Teori motivasi

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow pada intinya berkisar pada pendapat mengenai konsep motivasi manusia dan mempunyai lima hierarki kebutuhan yaitu, kebutuhan yang bersifat fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan prestasi, dan kebutuhan aktualisasi diri.

Gambar 2.1 Hierarki kebutuhan menurut Abraham Maslow



Maslow berpendapat bahwa apabila kebutuhan pada tingkat bawah telah terpenuhi, maka kekenyangan kebutuhan ini akan menimbulkan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Kebutuhan yang paling kuat terdapat pada bagian terbawah piramida. Pada tingkat terbawah hierarki adalah kebutuhan *psycologis* atau kebutuhan untuk hidup terus. Ini adalah kebutuhan akan makanan, udara, tidur, dan sebagainya

Apabila kebutuhan *psychologis* yang pokok ini sudah terpenuhi maka ke tingkat kebutuhan selanjutnya Maslow menyebutnya kebutuhan akan rasa aman. Dimana dalam tingkat kedua ada dua dimensi dalam kebutuhan ini yaitu untuk keamanan badaniah yang berusaha menghindar dalam keadaan yang membahayakan yang mengancam dengan kecelakaan badaniah. Kedua individu mencari keamanan dalam perilaku yang memelihara individu dalam lingkungan, dimana ia mempunyai perasaan aman dan bebas dari ancaman.

Pada saat kebutuhan akan rasa aman terpenuhi, maka tingkat kebutuhan berikutnya yaitu kebutuhan sosial. Keinginan orang untuk berpartisipasi, untuk dipersamakan dengan kelompok.

Tingkat hierarki keatas berikutnya disebut kebutuhan akan penghargaan. Dimana kebutuhan ini untuk menerima pengakuan dan penghargaan dari orang-orang yang berada di sekitarnya.

Akhirnya Maslow mengatakan, bahwa kebutuhan tertinggi dalam hierarki adalah kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan ini berbeda dengan kebutuhan-kebutuhan yang lain. Kebutuhan ini menurut istilahnya Maslow mengandung pertumbuhan, pemenuhan setelah suatu jangka waktu tertentu yang mungkin meliputi seumur hidup.

2.2.5.1 Pola Motivasi

Setiap orang cenderung mengembangkan pola motivasi tertentu sebagai hasil dari

lingkungan budaya dimana tempat orang itu hidup. Pola di sini merupakan sikap yang mempengaruhi cara orang-orang memandang pekerjaan dan menjalani kehidupan mereka. Terdapat 4 pola motivasi yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja karyawan yaitu:

- a. Prestasi yaitu dorongan untuk mengatasi sebuah tantangan yang bertujuan untuk memajukan dan mengembangkan sebuah perusahaan.
- b. Afiliasi merupakan dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang secara efektif.
- c. Kompetensi adalah suatu dorongan untuk mencapai hasil kerja dengan kualitas tinggi.
- d. Kekuasaan yaitu sebuah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan situasi.

2.2.6 Kinerja karyawan

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Armstrong dan Baron, 1998:15). Oleh karena itu kinerja dapat disimpulkan sebagai melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang *apayang* dikerjakan dan *bagaimanacara* mengerjakannya.

Hadari Nawawi (1990) menyatakan bahwa kegiatan peningkatan kinerja produktivitas dimulai dengan upaya menumbuhkan dorongan atau motivasi agar mencapai kesuksesan dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan kesadaran personel yang bersangkutan. Apabila motivasi tersebut telah dimiliki oleh setiap personel diharapkan akan menumbuhkan perasaan bertanggungjawab terhadap pekerjaannya sehingga menumbuhkan kesediaan ikut berpartisipasi dalam mencapai tujuan organisasi kerjanya melalui pelaksanaan tugas-tugasnya secara maksimal.

2.2.7 Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dengan Motivasi Kerja Karyawan

Di dalam lingkungan kerja ada dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk melakukan suatu kegiatan, dimana salah satu dari mereka akan bertindak sebagai seorang pemimpin dan yang lainnya bertindak sebagai bawahannya. Komunikasi interpersonal adalah salah satu aspek yang sangat penting di dalam hubungan antar individu diruang lingkup pekerjaan yang mereka jalani dan keefektifan suatu komunikasi interpersonal itu merupakan salah satu dasar untuk mencapai keberhasilan organisasi. Oleh karena itu, penting sekali bagi seorang pemimpin untuk mengetahui konsep-konep dasar dari komunikasi agar dapat mengelola perusahaan dengan efektif (Muhammad, 2014: 158). Dikarenakan semakin pentingnya komunikasi interpersonal dalam dunia kerja maka motivasi kerja setiap karyawan dalam perusahaan tersebut juga sangat ditentukan oleh komunikasi interpersonal yang dilakukan pemimpin terhadap bawahannya. Besarnya kompetensi komunikasi interpersonal yang baik dari seorang pemimpin, menjadikan karyawan termotivasi untuk memperbaiki dan mengembangkan tugas yang diberikan pimpinan kepada mereka. Dan sebaliknya komunikasi interpersonal yang dilakukan pemimpin terhadap bawahannya itu buruk

merupakan sumber permasalahan di dunia kerja, motivasi karyawan juga bisa menurun dan berdampak buruk juga terhadap hasil kerja yang tidak maksimal.

Komunikasi interpersonal yang efektif dapat digunakan untuk memotivasi karyawan alam suatu perusahaan, seperti yang dikatakan Robbins (2011:392) mengatakan bahwa komunikasi memperkuat motivasi dengan menjelaskan kepada karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa mereka bekerja, dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja mereka yang dibawah standar.

Dapat dilihat bahwa komunikasi di dalam perusahaan dapat mempengaruhi hasil kerja dan pencapaian tujuan komunikasi serta hubungan kerja yang terjadi di dalam suatu instansi yang berkaitan dengan motivasi dalam melaksanakan pekerjaan tersebut. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat tercapainya saling pengertian antara karyawan dan atasan sehingga terbentuk kondisi sosial yang dapat memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya.

2.4 Kerangka Dasar Pemikiran

Gambar 2.2 Kerangka Dasar Pemikiran

