

**PENGARUH KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP KEPUASAN
KERJA KARYAWAN PADA YAYASAN PENDIDIKAN
ISLAM AL-MUNAWWARAH MURAD BUNAYYA
MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**RIANI
NPM : 10 832 0001**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

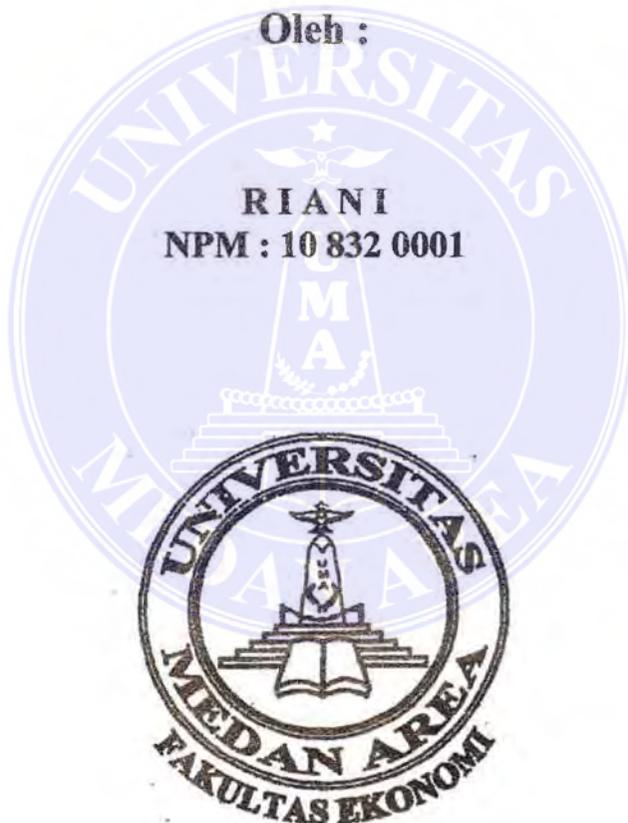
**PENGARUH KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP KEPUASAN
KERJA KARYAWAN PADA YAYASAN PENDIDIKAN
ISLAM AL-MUNAWWARAH MURAD BUNAYYA
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**RIANI
NPM : 10 832 0001**



**JURUSAN MENAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Islam AL- Munawwarah Murad Bunayya Medan

Nama Mahasiswa : Riani

No. Stambuk : 10 832 0001

Jurusan : Manajemen

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Ihsan Effendi, SE, MSi)

Pembimbing II

(Dhian Rosalina, SE, MM)

Mengetahui

Ketua Jurusan

(Ihsan Effendi, SE, MSi)

Dekan



Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)

Tanggal Lulus : 2012

ABSTRAK

Riani, PENGARUH KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AL-MUNAWWARAH MURAD BUNAYYA, (dibawah bimbingan Bapak Ihsan Effendy, SE, Msi, sebagai Pembimbing I dan Ibu Dhian Rosalina, SE, MM, sebagai Pembimbing II).

Sistem komunikasi dan jaringan komunikasi yang dipilih oleh pimpinan perusahaan akan mempengaruhi ketetapan dari informasi dan penugasan yang disampaikan kepada bawahan. Melihat begitu pentingnya peranan komunikasi maka harus di timbulkan kesadaran bahwa ilmu komunikasi harus dapat diterapkan demi kemajuan dan perkembangan masyarakat luas.

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah : adalah untuk mengetahui apakah komunikasi yang efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya. Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah melalui penelitian asosiatif kausal. Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah. data kuantitatif dan kualitatif, sedangkan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah wawancara (*interview*), daftar angket dan studi dokumentasi sedangkan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS.15 for Windows.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan maka kesimpulan ini adalah bahwa pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja pegawai/ karyawan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya terbukti ada dan positif, ini dapat di buktikan dari :

1. Variable bebas x (Komunikasi Efektif) berpengaruh positif terhadap variable terikat y (Kepuasan Kerja{Y), hal ini terlihat dari nilai signifikan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,127 > t_{tabel} 2.203$.berarti variabel X memberi pengaruh positif terhadap variabel Y, maksudnya jika X naik maka Y akan ikut naik atau sebaliknya.
2. Dengan nilai constanta 1,091 dan nilai dan Beta X sebesar 1,364, hal ini menjelaskan jika variabel X naik memberi pengaruh Y naik sebesar 136% dengan model regresi $Y = 1,091 + 1,364 X$.
3. Nilai R Square sebesar 0,730 mengandung arti pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya adalah sebesar 73 %. Nilai pengaruh sebesar 73 % mengandung arti bahwa komunikasi efektif memang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 27 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Komunikasi Efektif Kepuasan Kerja dan Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT karena rahmat dan hidayahNya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya”** sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak dan sebagai rasa syukur penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Effendy, SE, MSi, sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus Pembimbing I.
4. Ibu Dhian Rosalina, SE, MM, sebagai Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Tbu Dosen dan staf pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama di bangku perkuliahan.

6. Bapak H. Miftahuddin, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.
7. Seluruh staf dan pegawai Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya. yang telah banyak membantu meluangkan waktu mengisi kuesioner dan memberikan data data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua, Ayahanda H. Puli Panjaitan dan Ibunda Hj. Yuniar Bustami serta Ibunda Mertua Hj. Hanifah Harahap, tiada kata yang dapat ananda ukir, tak ada pribahasa yang dapat ananda rangkai, untuk mengungkapkan rasa terima kasih atas perjuangan serta pengorbanan moril maupun materil yang kalian berikan demi keberhasilan ananda. Semoga ananda menjadi kebanggaan dan sumber kebahagiaan ayahanda dan ibunda saat dulu, saat sekarang maupun dimasa yang akan datang. Amin.
9. Suamiku terkasih Hery Syahrial, SE, MSi, tiada terkira rasa terima kasihku kepada Allah SWT yang telah menitipkan salah satu tulang rusukmu padaku. Sehingga bisa kudapatkan nasehat dan bimbingan yang menyejukkan hati dan membangkitkan semangatku untuk menyelesaikan kuliah dan penelitian ini.
10. Ananda Qanita Faizah Syahrial, buah hati ibunda yang cantik. Terima kasih atas setiap senyum dan tawamu yang menjadi penawar lelah ibunda.
11. Sahabat-sahabatku, Yeva Pratiwi Ginting dan Lastriam Sitorus, yang selalu menemani dan memberikan semangat serta bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, April 2013
Penulis

R I A N I
NPM : 108330001



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Manfaat Penelitian	2
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	
1. Pengertian Komunikasi	4
2. Jenis-jenis Komunikasi	6
3. Komunikasi Efektif	15
4. Proses Komunikasi	21
5. Sistem Komunikasi	24
B. Kerangka Konseptual	29
C. Hipotesis	30

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	32
C. Defenisi Operasional	33
D. Jenis dan Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	35

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan	53

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	x
-----------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

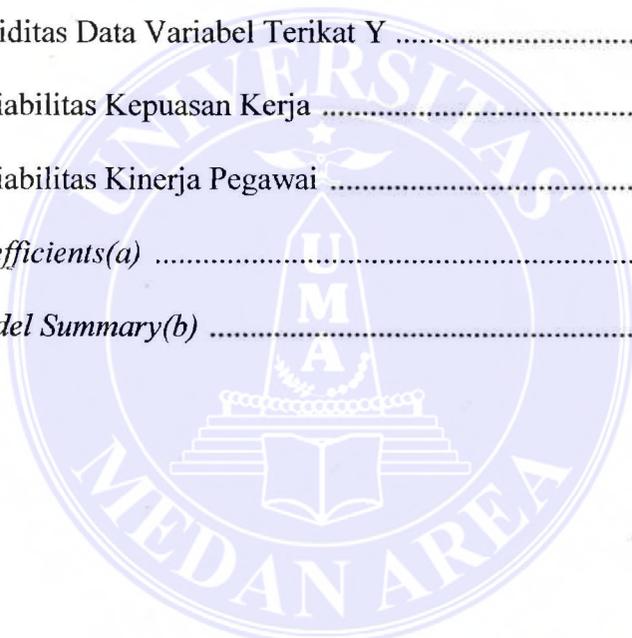
No.	Keterangan	Halaman
2.1	Komunikasi Berbentuk Lingkaran	10
2.2	Komunikasi Berbentuk Rantai	10
2.3	Komunikasi Berbentuk Huruf “Y”	11
2.4	Komunikasi Berbentuk Bintang	12
2.5	Proses Komunikasi	23
2.6	Kerangka Konseptual	30
4.1	Normal P-P Plot of Standardized Residual	54



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
3.1	Waktu Penelitian	32
3.2	Item Score untuk Kuesioner	34
4.1	Tabulasi Hasil Wawancara Variabel Komunikasi Efektif (X).....	43
4.2	Pernyataan 1 Variabel Kepuasan Kerja	44
4.3	Pernyataan 2 Variabel Kepuasan Kerja	45
4.4.	Pernyataan 3 Variabel Kepuasan Kerja	45
4.5	Pernyataan 4 Variabel Kepuasan Kerja	45
4.6	Pernyataan 5 Variabel Kepuasan Kerja	46
4.7	Pernyataan 6 Variabel Kepuasan Kerja	46
4.8	Pernyataan 7 Variabel Kepuasan Kerja	47
4.9	Pernyataan 8 Variabel Kepuasan Kerja	47
4.10	Pernyataan 9 Variabel Kepuasan Kerja	47
4.11	Pernyataan 10 Variabel Kepuasan Kerja	48
4.12	Tabulasi Hasil Wawancara Variabel Kinerja Pegawai (Y).....	48
4.13	Pernyataan 1 Variabel Kinerja Pegawai.....	49
4.14	Pernyataan 2 Variabel Kinerja Pegawai	50
4.15	Pernyataan 3 Variabel Kinerja Pegawai	50
4.16	Pernyataan 4 Variabel Kinerja Pegawai.....	50
4.17	Pernyataan 5 Variabel Kinerja Pegawai	51
4.18	Pernyataan 6 Variabel Kinerja Pegawai	51

4.19	Pernyataan 7 Variabel Kinerja Pegawai	52
4.20	Pernyataan 8 Variabel Kinerja Pegawai	52
4.21	Pernyataan 9 Variabel Kinerja Pegawai	52
4.22	Pernyataan 10 Variabel Kinerja Pegawai	53
4.23	Uji Validitas Data Variabel Bebas X	55
4.24	Validitas Data Variabel Bebas X	55
4.25	Uji Validitas Data Variabel Terikat Y	56
4.26	Validitas Data Variabel Terikat Y	56
4.27	Reliabilitas Kepuasan Kerja	57
4.28	Reliabilitas Kinerja Pegawai	57
4.29	<i>Coefficients(a)</i>	58
4.30	<i>Model Summary(b)</i>	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan atau Organisasi, bagaimanapun bentuk dan apapun tujuannya selalu di tolong, disatukan dan melakukan fungsinya melalui proses komunikasi. Banyak kesulitan atau masalah yang dihadapi dan menimpa banyak orang, golongan maupun perusahaan atau organisasi lainnya, akan dapat di telusuri dan di temukan pada komunikasi yang buruk.

Berhasil tidaknya interaksi antara manusia dalam perusahaan atau organisasi, dalam kelembagaan di tentukan oleh kesanggupannya untuk mengadakan komunikasi dengan baik. Demikian halnya seorang manajer dalam melaksanakan fungsi kepemimpinannya, memerlukan komunikasi yang efektif agar dapat mengkoordinir berbagai kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Sistem komunikasi dan jaringan komunikasi yang dipilih oleh pimpinan perusahaan akan mempengaruhi ketetapan dari informasi dan penugasan yang disampaikan kepada bawahan. Melihat begitu pentingnya peranan komunikasi maka harus di timbulkan kesadaran bahwa ilmu komunikasi harus dapat diterapkan demi kemajuan dan perkembangan masyarakat luas.

Berdasarkan alasan tersebut diatas penulis menjadi tertarik melakukan pembahasan lebih lanjut secara ilmiah dalam bentuk skripsi dengan memilih **Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya** menjadi objek penelitian karena dipandang mampu memasok (mensupplay) data yang

dibutuhkan dengan memilih judul yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

”Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya”

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
 ”Apakah komunikasi yang efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah komunikasi yang efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Untuk mengetahui apakah komunikasi yang efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada *Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya*.

2. Bagi Yayasan

Sebagai bahan masukan untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan-kebijakan kedepannya dalam memperbaiki kinerja karyawan.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah khasanah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai acuan atau dikembangkan lebih lanjut untuk penelitian sejenis.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Uraian Teoritis

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seorang ke orang lain. Komunikasi merupakan saluran untuk melakukan dan menerima informasi, mekanisme perubahan, alat mendorong dan mempertinggi motivasi, perantara dan sarana yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Sesuatu komunikasi yang tepat tidak akan terjadi kalau penyampain berita tidak menyampaikan secara tepat. Namun demikian, komunikasi dalam kenyataannya tidak seperti yang dikatakan tersebut, banyak penghalang (*block*), dan penyaring (*filter*) didalam suatu komunikasi.

Pertukaran pikiran. Dan istilah *Communication* tersebut bersumber dari kata *Communie* yang berarti sama. Yang dimaksud sama disini adalah kesamaan dalam makna diantara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Jadi apabila didalam proses komunikasi tersebut telah tercipta kesamaan makna diantara si pengirim berita dengan si penerima berita barulah dapat dikatakan telah terjadi komunikasi.

Untuk lebih jelasnya kita lihat beberapa defenisi dan pengertian mengenai komunikasi sebagaimana dikemukakan oleh beberapa ahli :

Menurut Sukanto Reksohadiprojo (2000:145), “Komunikasi adalah usaha mendorong orang lain, menginterpretasikan pendapat seperti apa yang dikehendaki oleh orang yang mempunyai pendapatan tersebut”

Sedangkan menurut T Hani Handoko (2005:272), “Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan informasi dari seseorang kepada orang lain”

Dari pengertian-pengertian yang di kemukakan oleh para ahli tersebut dapatlah diperoleh gambaran apa sebenarnya yang dimaksud dengan komunikasi. Dimana perpindahan pengertian tidak hanya melibatkan kata-kata yang dipakai dalam perbincangan, akan tetapi ekspresi wajah dan intonasi serta tidak putus vokal dan lain-lain.

Sedangkan menurut Onong Uchjana (2005:185), “Komunikasi adalah sebagian mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antara manusia dan yang memperkembangkan semua lambang pikiran, bersama-sama dengan saran untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu, ini mencakup wajah, sikap dan gerak-gerik, suara kata tertulis, percetakan, kereta api, telegram, telepon dan apa saja yang merupakan penemuan mutakhir untuk menguasai ruang dan waktu”

Menurut Miftah Toha (2005:167), “Komunikasi adalah menekankan adanya penggunaan simbol-simbol untuk mentransfer pengertian dari suatu organisasi”

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi sebagai suatu proses dengan mana orang-orang bermaksud memberikan pengertian melalui pengiriman

berita secara simbolis, dapat menghubungkan para anggota sebagai suatu organisasi yang berbeda dan bidang yang berbeda pula, sehingga sering disebut rantai pertukaran informasi.

Konsep ini mempunyai unsur-unsur :

1. Suatu kegiatan membuat seorang mengerti.
2. Suatu saran pengaliran informasi.
3. Suatu sistem bagi terjalannya komunikasi.

Perkembangan teknologi menyebabkan komunikasi tidak hanya terjadi diantara dua atau lebih individu akan tetapi juga mencakup komunikasi antara orang dengan mesin bahkan antar mesin dengan mesin.

Sebahagian orang mungkin menganggap bahwa suatu perusahaan menggunakan alat komunikasi yang mutakhir, maka perusahaan tersebut telah melaksanakan komunikasi dengan baik. Pendapat ini sama sekali tidak dapat dibenarkan, sebab komunikasi yang baik adalah jalinan pengertian antara yang menyampaikan komunikasi, alat-alat komunikasi yang mutakhir hanyalah sebagai alat guna membantu kelancaran komunikasi.

2. Jenis-jenis Komunikasi

Menurut Terry, George, R. dan Leslie, W. Rue (2005:340), Komunikasi yang sering dilakukan oleh para pimpinan, manajer dan usahawan-usahawan, ada beberapa jenis yaitu:

1. Komunikasi kebawah
2. Komunikasi keatas

3. Komunikasi tertulis

4. Komunikasi lisan

1. Komunikasi kebawah

Adalah komunikasi yang berasal dari manajer puncak ke tingkat yang lebih rendah. Komunikasi ini biasanya merupakan peraturan-peraturan, perintah-perintah dan instruksi-instruksi. Kesulitan yang terbesar kebanyakan jenis-jenis informasi yang menuju ke bawah adalah sifatnya satu arah, sehingga hanya sedikit kesempatan untuk *feed back*. Sikap atasan seperti itu akan menimbulkan kekerasan dan masalah-masalah dikalangan pekerja, sehingga komunikasi tidak berjalan efektif.

2. Komunikasi keatas

Dengan komunikasi ini, akan tercipta *feed back* kepada manajer, sehingga terjadi pemahaman kedua belah pihak. Jika saluran terbuka maka kesalahpahaman akan di perkecil, sebab manajer berpendapat bahwa bawahan memiliki kecakapan dan pengetahuan sehingga dapat menyumbangkan tenaga dan pikirannya untuk perkembangan perusahaan. Biasanya jenis komunikasi ini berbentuk pertemuan-pertemuan.

3. Komunikasi tertulis

Komunikasi ini biasanya dilakukan melalui media surat, papan pengumuman dan sebagainya. Komunikasi sering di gunakan karena berbagai faktor seperti :

- Dapat diperbanyak
- Dapat di sebarluaskan

- Dapat merupakan pedoman yang lebih pasti
- Merupakan dokumentasi tertulis
- Lebih tegas
- Dan lain-lain

Disamping kebaikan-kebaikan itu, terdapat kelemahannya yaitu:

- Komunikasi ini sulit dilakukan jika pendidikan komunikasi kurang baik
- Tidak ada penjelasan lebih lanjut selain yang tertulis
- Dan lain-lain

Menurut Alex S Nitisemito (2001:250). Agar komunikasi ini efektif harus di perhatikan 4C yaitu:

1. Lengkap (*Complete*)
2. Jelas (*Clear*)
3. Singkat (*Consize*)
4. Tepat (*Correct*)

4. Komunikasi lisan

Ada berbagai bentuk komunikasi lisan yang sering dilakukan seperti :
Pembicaraan langsung, diskusi kelompok, ceramah dan lain-lain.

Kebaikan-kebaikan komunikasi ini yaitu:

- a) Penjelasan dapat dilakukan lebih mendetail
- b) Dapat menimbulkan partisipasi secara langsung
- c) Menimbulkan komunikasi timbal balik
- d) Menghemat waktu
- e) Rahasia terjaga

- f) Dapat dilakukan secara kekeluargaan
- g) Si penerima pesan atau informasi dapat menerimanya kembali apabila dia tidak mengerti, sehingga jika dapat penyimpangan dapat diminimalisir.

Sedangkan kelemahannya yaitu :

- a) Kurang ketegasan
- b) Tidak dapat digunakan sebagai dokumentasi tertulis

Agar dapat dilaksanakan komunikasi ini, komunikator harus mampu menggunakan bahasa yang singkat dan si komunikan haruslah menjadi seorang pendengar yang dengan prinsip sedikit bicara tetapi banyak mendengar.

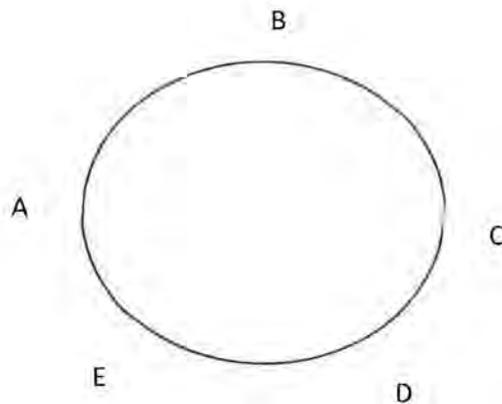
Bentuk komunikasi merupakan determinandari proses komunikasi yang dilaksanakan oleh seorang menajer sebagai fungsi eksekutif dan perusahaan pada bawahan.

Kartini Kartono (2005:89) dalam pimpinan dan kepemimpinan mengemukakan beberapa bentuk komunikasi sebagai berikut:

1. Tipe Lingkaran (*Circle Type*)
2. Tipe Ranta (*Chain Type*)
3. Tipe “Y” (*“Y” Type*)
4. Tipe Bintang (*Star Type*)

Ad.1 Komunikasi berbentuk lingkaran

Bentuk komunikasi seperti ini dan uraian proses komunikasi lebih menunjukkan gambaran lingkaran yang tidak berujung pangkal. Hal ini dapat dilihat dalam gambar berikut :



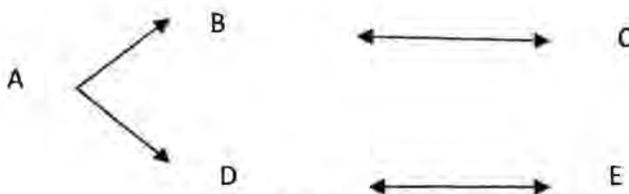
Gambar 2.1. Komunikasi Berbentuk Lingkaran
Sumber : Kartini Kartono (2005:91)

Gambar diatas mengemukakan keadaan beberapa personil yang terlihat dalam proses komunikasi. Personil A melalui dan memprakarsai komunikasi terhadap personil B, menggunakan personil C dan personil D sebagai medium perantara.

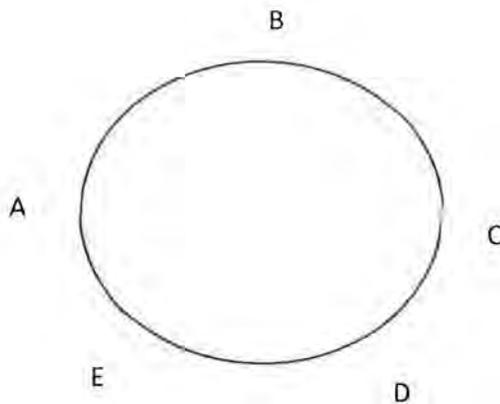
Bentuk komunikasi ini mempunyai kelemahan diantaranya ialah:

1. Komunikasi yang kurang akurat disebabkan *processing speed* terlalu lama.
2. Komunikasi timbul perbedaan antara perwujudan dengan pelaksanaan untuk setiap orang.
3. Partisipasi dalam bentuk komunikasi ini meperlambat pengambilan keputusan dan pemberian laporan, sehingga menunggu pendapat orang lain.

Ad. 2. Komunikasi berbentuk rantai



Gambar 2.2. Komunikasi Berbentuk Rantai
Sumber: Kartini Kartono (2005:92)



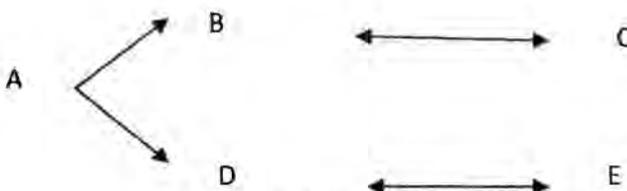
Gambar 2.1. Komunikasi Berbentuk Lingkaran
Sumber : Kartini Kartono (2005:91)

Gambar diatas mengemukakan keadaan beberapa personil yang terlihat dalam proses komunikasi. Personil A melalui dan memprakarsai komunikasi terhadap personil B, menggunakan personil C dan personil D sebagai medium perantara.

Bentuk komunikasi ini mempunyai kelemahan diantaranya ialah:

1. Komunikasi yang kurang akurat disebabkan *processing speed* terlalu lama.
2. Komunikasi timbul perbedaan antara perwujudan dengan pelaksanaan untuk setiap orang.
3. Partisipasi dalam bentuk komunikasi ini meperlambat pengambilan keputusan dan pemberian laporan, sehingga menunggu pendapat orang lain.

Ad. 2. Komunikasi berbentuk rantai

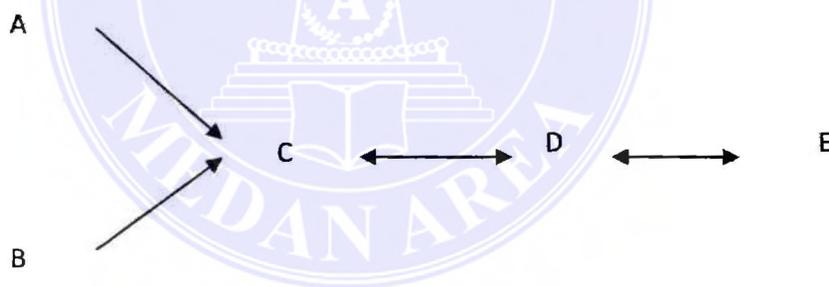


Gambar 2.2. Komunikasi Berbentuk Rantai
Sumber: Kartini Kartono (2005:92)

Personil A dalam gambar diatas dianggap sebagai pusat instruksi atau pemberi informasi. Dalam proses komunikasi ini personil A berkomunikasi langsung kepada personil B dan personil D akan berkomunikasi dengan personil C dan personil E.

Ad. 3. Komunikasi berbentuk huruf “Y”

Komunikasi ini dimisalkan sebagai sandi huruf “Y”, yaitu personil C sebagai sentral komunikasi. Personil C dapat berkomunikasi sekaligus dengan personil A,B dan personil D. Personil D akan dapat berkomunikasi langsung kepada personil C dengan personil E, sedangkan bagi personil E mengalami hambatan komunikasi kepada personil C,A dan personil B karena semuanya melalui personil D.

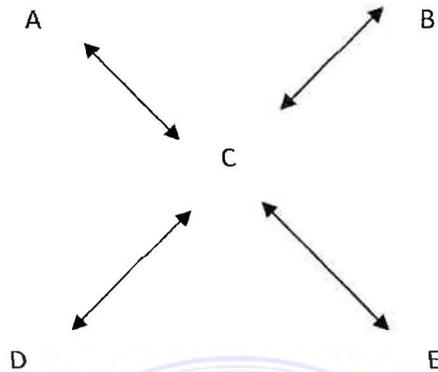


Gambar 2.3. Komunikasi Berbentuk Huruf “Y”
Sumber : Kartini Kartono (2005:95)

Ad.4. Komunikasi berbentuk bintang

Bentuk komunikasi ini lebih dikenal dengan bentuk komunikasi roda. Komunikasi ini hampir mirip dengan bentuk sebelumnya. Sentral komunikasi adalah C, yang dapat melakukan komunikasi langsung dengan personil A,B,C dan personil E, juga dapat melakukan relevansi komunikasi secara langsung kepada

sesama mereka, karena harus terlebih dahulu melalui personil C. hal ini dapat dilihat dari gambar berikut :



Gambar 2.4. Komunikasi Berbentuk Bintang
Sumber: Kartini Kartono (2005:95)

Komunikasi ini selalu melibatkan setiap personil sesuai dengan bidangnya masing-masing. Ada kalanya pengambilan keputusan dengan segera dianggap mengurangi keharmonisan berkomunikasi, karena tidak menunggu lebih dahulu opini personil lainnya.

Selanjutnya Terry, George, R. dan Leslie, W. Rue pengklasifikasikan komunikasi (2005:341) terdiri dari lima, yaitu :

1. Komunikasi formal
2. Komunikasi informal
3. Komunikasi non formal
4. Komunikasi teknis
5. Komunikasi tentang prosedur-prosedure dan peraturan-peraturan

Komunikasi formal dan informal akan dibicarakan pada saluran komunikasi. Selanjutnya akan dibicarakan mengenai komunikasi non formal,

komunikasi teknis dan komunikasi tentang prosedur-prosedur dan peraturan-peraturan.

Komunikasi Nonformal

Komunikasi ini terjadi oleh karena kondisi yang tidak disengaja.

Komunikasi ini biasanya bersifat :

1. Efektif
2. Cenderung bersifat kontiniu
3. Permanen
4. Selalu terdapat pada sebuah kelompok besar yang bekerja sama.

Komunikasi Teknis

Kondisi ini digunakan oleh kelompok yang bekerja dalam bidang yang sama. Jenis komunikasi ini bersifat:

1. Terspesialisasi
2. Efektif
3. Agak terbatas

Contohnya: adalah komunikasi dilingkungan orang-orang yang bekerja dengan komputer.

Komunikasi tentang prosedur-prosedur dan peraturan-peraturan

Komunikasi ini biasanya disajikan dalam bentuk sebuah buku pedoman tentang organisasi yang bersangkutan yang berisikan keterangan-keterangan tentang kebijaksanaan-kebijaksanaan dan peraturan-peraturan. Komunikasi ini bersifat kaku tetapi membantu tercapainya efisiensi.

2. Media dan Saluran Komunikasi

Seperti telah diutarakan dalam pembahasan diatas mengenai proses komunikasi dala oranisasi, sesuatu pesan atau informasi dapat disampaikan melalui saluran atau media komunikasi. Adapun media komunikasi formal yang umumnya di pergunakan dapat di golongkan dalam dua bagian yaitu:

a) Media Komunikasi Tertulis

Umumnya media komunikasi tertulis yang di pergunakan dalam menyampaikan informasi adalah:

1. Memo dan instruksi tertulis
2. Buku pedoman mengenai kebijaksanaan, peraturan maupun prosedur-prosedur yang berlaku di perusahaan
3. Papan pengumuman
4. Majalah dan bulletin perusahaan
5. Laporan tahunan yang dipublikasikan
6. Poster-poster
7. Deskripsi jabatan
8. Surat yang dikirim langsung ke pegawai/karyawan

b) Media Komunikasi lisan

Beberapa media komunikasi lisan yang banyak digunakan adalah :

1. Pebicaraan lewat telepon
2. Wawancara
3. Konferensi
4. Pemberitahuan lisan

5. Komunikasi tatap muka

Jenis komunikasi melalui telepon paling banyak digunakan tidak hanya untuk berkomunikasi ke atas dan vertical (kekesamping juga akan menimbulkan komunikasi dua arah. Banyak faktor yang menentukan pemilihan diantara bentuk kedua komunikasi tersebut diatas untuk di gunakan pada komunikasi formal menjadi mengikuti rantai komando, baik secara vertimatikal (kebawah dan ke atas) secara horizontal. Namun banyak juga pertukaran informasi dalam organisasi terjadi dengan cara yang sistimatik dan lebih formal yang di sebut dengan komunikasi informal.

3. Komunikasi Efektif

Komunikasi disebut efektif apabila penerima menginterpretasikan pesan yang diterimanya sebagaimana dimaksudkan oleh pengirim. Apabila hasil yang didapat sama dengan tujuan yang diharapkan maka hasil komunikasi dinyatakan efektif, jika hasil yang didapatkan lebih besar dari tujuan yang diharapkan maka komunikasi dapat dikatakan sangat efektif, tetapi apabila hasil yang didapatkan lebih kecil dari tujuan yang diharapkan, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tidak atau kurang efektif.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2005: 14) mendefinisikan komunikasi efektif sebagai berikut: “Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan.”

Menurut Hasyim Zain (2011:1) : “Komunikasi yang efektif adalah komunikasi dalam mana makna yang distimulasikan serupa atau sama dengan yang dimaksudkan komunikator. Pendeknya komunikasi efektif adalah makna bersama. Komunikasi yang efektif memberikan keuntungan dalam mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan”.

Dari beberapa definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia. Kesepakatan atau kesepahaman dibangun melalui sesuatu yang berusaha bisa dipahami bersama sehingga interaksi berjalan dengan baik. Persoalan mendasar dari masalah ini terletak pada hambatan yang muncul dalam membangun kesepahaman dan usaha mencapai tujuan secara maksimal.

Menurut Mingay (2005:2) : “Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks”. Dianggap penting karena ragam dinamika kehidupan (misalnya bisnis, politik) yang terjadi biasanya menghadirkan situasi kritis yang perlu penanganan secara tepat sehingga muncul kecenderungan untuk bergantung pada teknologi komunikasi atau beragam kepentingan. Dipandang kompleks, karena komunikasi efektif tidak serta merta berlaku untuk semua bentuk proses komunikasi yang terjalin. Dengan kata lain, rujukan komunikasi efektif hanya berlaku pada kasus tertentu dan kurang bisa digeneralisasi.

Menurut Johnson, dkk (2001: 81) : “Komunikasi efektif dapat terjadi melalui atau dengan didukung oleh aktivitas role-playing, diskusi, aktivitas kelompok kecil dan materi-materi pengajaran yang relevan”. Meskipun penelitian mereka terfokus pada komunikasi efektif untuk proses belajar-mengajar, hal yang

dapat dimengerti di sini adalah bahwa suatu proses komunikasi membutuhkan aktivitas, cara dan sarana lain agar bisa berlangsung sehingga mencapai hasil yang efektif.

Selanjutnya, Johnson (2001: 25) mengemukakan agar komunikasi efektif, yang harus dilakukan antara lain :

- a. Memikirkan pihak yang diajak berkomunikasi dengan menyadari pihak yang akan diajak berkomunikasi. Dengan demikian akan memudahkan pilihan terhadap cara berkomunikasi dan keterbatasan perkembangan kepribadian yang mereka miliki.
- b. Memberi perhatian pada pesan-pesan non-verbal yang bisa ditangkap. Sebagai contoh, perubahan rona muka, gerak tangan dan posisi duduk, perlu disikapi secara benar agar komunikasi dapat menjadi efektif.
- c. Memosisikan diri sebagai pendengar yang aktif. Cara seperti ini dapat menguatkan kejiwaan lawan bicara karena merasa perkataannya didengar sehingga lebih memudahkannya untuk semakin terbuka.
- d. Memperbanyak frekuensi komunikasi. Di satu sisi hal ini sangat positif dan mampu memberi peneguhan, di sisi yang lain berpeluang menimbulkan kejenuhan.
- e. Berkomunikasi secara jelas dan langsung (tidak berbelit-belit).
- f. Menggunakan pesan-Aku dan bukan pesan-Kamu.
- g. Lebih memberi penekanan pada hal positif.

Liliweri (2007: 13) berpendapat mengenai ciri komunikasi yang efektif, yaitu:

- a. Keterbukaan (*openness*)
Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar. Aspek kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikan yang menjemukan. Bila ingin berkomunikasi bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

b. Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

c. Dukungan (*supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Individu memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

d. Rasa Positif (*positiveness*)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan (*equality*)

Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada individu lain.

Menurut Dedy Mulyana (2007 : 62), : “Ada lima hukum komunikasi efektif utama yang dapat menambah kemudahan dalam mewujudkan efektifitas dalam komunikasi, yaitu : *respect, empathy, audble, clarity and humble.*” Adapun penjelasan atas ke lima hokum tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Respect*. Hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi yang efektif adalah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam kita berkomunikasi dengan orang lain. Ingatlah bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika kita bahkan harus mengkritik atau memarahi seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri seseorang. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa

dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang akan menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim, bahkan menurut mahaguru komunikasi

b. *Empathy* adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengar atau mengerti terlebih dahulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain. Rasa empati akan memungkinkan kita untuk dapat menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang memudahkan penerima pesan menerimanya. Oleh karena itu dalam ilmu pemasaran memahami perilaku konsumen merupakan keharusan. Dengan memahami perilaku konsumen maka kita dapat empati dengan apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, minat, harapan dan kesenangan dari konsumen. Demikian halnya dengan bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi dalam membangun kerjasama tim. Kita perlu saling memahami dan mengerti keberadaan orang lain dalam tim kita. Rasa empati akan menimbulkan respek atau penghargaan, dan rasa respek akan membangun kepercayaan yang merupakan unsur utama dalam membangun teamwork dan komunikasi yang seimbang tim.

c. Makna dari *audible* antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka *audible* berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh orang lain dengan baik. Hukum ini mengatakan

bahwa pesan harus disampaikan melalui media atau delivery channel sedemikian hingga dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan kita untuk menggunakan berbagai media maupun perlengkapan atau alat bantu audio visual yang akan membantu kita agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik. Dalam komunikasi personal, hal ini berarti bahwa pesan disampaikan dengan cara atau sikap yang dapat diterima oleh penerima.

- d. *Clarity* berarti keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau disembunyikan), sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (trust) dari penerima pesan atau anggota tim kita, karena tanpa keterbukaan akan timbul sikap saling curiga dan pada gilirannya akan menurunkan semangat dan antusiasme kelompok atau tim kita.
- e. *Humble*. Hukum kelima dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Rendah hati tidak sama dengan rendah diri. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa saling menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Sikap rendah hati pada intinya mencakup pengertian: sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, dan tidak sombong dan memandang rendah orang lain serta rela memaafkan dengan lemah lembut dan penuh pengendalian diri

4. Proses Komunikasi

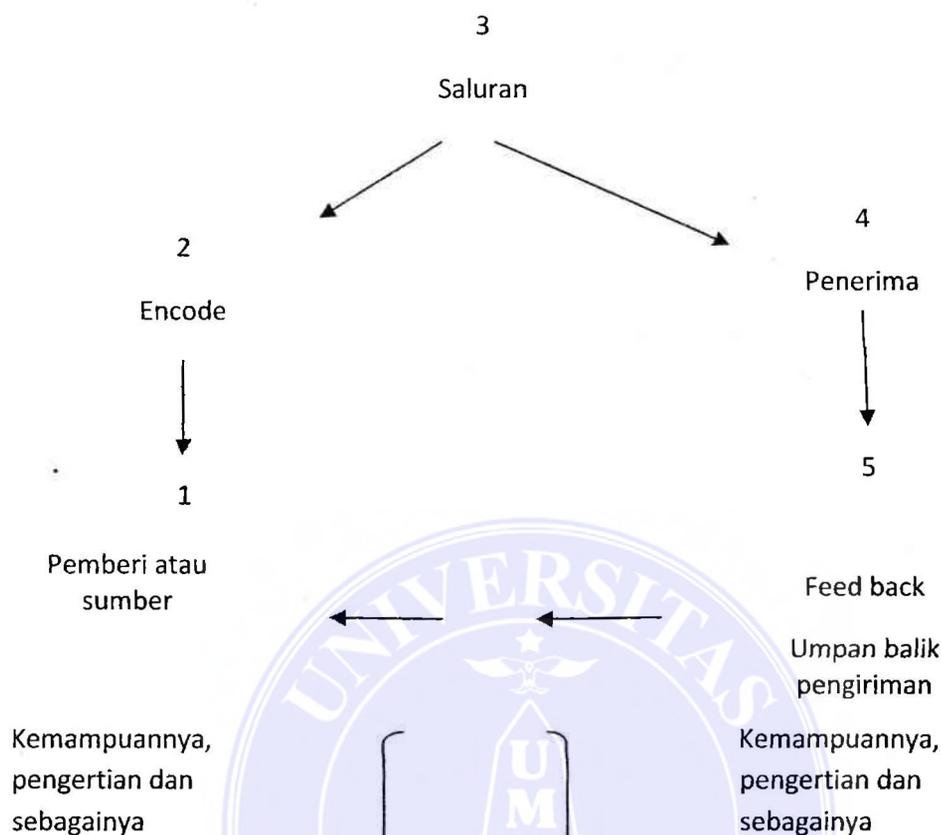
Dalam proses komunikasi ada dua orang atau kelompok, yaitu sipemberi berita (komunikator) dan si penerima berita (komunikan). Lancar tidaknya komunikasi terjadi tergantung pada kemampuan dan kemauan si pemberi dan si penerima berita serta alat komunikasi yang dipergunakan.

Komunikasi memungkinkan manajer melaksanakan tanggung jawab tugasnya. Informasi harus dikomunikasikan kepada manajer sehingga ia memperoleh dasar-dasar untuk perencanaan, dimana rencana tersebut harus di komunikasikan kepada orang lain mengenai penugasan kerja. Pemimpin mengharapkan manajer berkomunikasi dengan bawahan sehingga tujuan kelompok dicapai. Komunikasi lisan, tertulis dan komunikasi dalam bentuk elektronik, merupakan bagian pening dari pengendalian. Manjer dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen hanya dengan berinteraksi dan komunikasi, dengan demikian peranan komunikasi merupakan dasar dari fungsi manajemen. Manajemen sebagai pimpinan perusahaan harus dapat meyakinkan bawahannya untuk mengikuti, menggerakkan setiap personil dan kerjasama.

Komunikasi ini memungkinkan pelaku proses yang lebih tepat, disebabkan penyebaran komunikasi bersumber dari satupersonil. Setiap personil yang terlibat dalam komunikasi diberikan laporan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Adakalanya pengambilan keputusan dengan segera dianggap mengurangi nilai harmonis berkomunikasi, karena tidak menunggu lebih dahulu opini personil lainnya, dan kecenderungan adanya situasi yang kurang mengenal watak sesama personil.

Jadi unsur-unsur yang ada agar proses komunikasi dapat terjadi adalah sebagai berikut:

- a) Harus ada pengirim (*sender*) yang menjadi sumber dari perusahaan itu.
- b) Setiap komunikasi mempunyai tujuan.
- c) Ide yang didalam komunikasi itu di *incone* (diubah menjadi lambang-lambang atau tanda-tanda)
- d) Lambang-lambang atau tanda-tanda disalurkan melalui suatu medium.
- e) Penerima mengadakan *decode* terhadap lambang-lambang atau tanda-tanda itu yakni memberi makna atau pengertian.
- f) Pengirim atau pemberi pesan hendaknya mempunyai tingkat pengalaman yang sama akan menciptakan kesempatan yang lebih baik memberi dan menerima pesan.
- g) Adanya *feed back* atau umpan balik, yaitu apa yang terjadi sebagai akibat atau hasil komunikasi itu dan merupakan cara atau jalan yang terutama bagi kita untuk memeriksa atau melihat apakah pesan itu dimengerti.



Gambar 2.5. Proses Komunikasi Sumber ; Kartini Kartono

Dalam proses komunikasi yang berlangsung cukup lama terdapat interaksi yang saling mempengaruhi untuk mencapai tujuannya karena itu dalam melakukan komunikasi harus di teliti terlebih dahulu situasinya. Situasi ini merupakan totalitas dari faktor yang menentukan tercapai atau tidak pada sasaran. Perana manusun komuniakasi disini lebih menitik beratkan kepada sosialnya dan kemudian diikuti oleh tercapainya kepentingan organisasi.

Manfaat yang diambil dari manajemen dengan adanya komunikasi yang efektif adalah :

1. Peningkatan dinamika dari sistem kerjasama dari suatu organisasi.
2. Mangaitkan tujuan organisasi dengan harapan karyawan secara manusiawi.

3. Penggunaan teknik komunikasi yang tepat dapat membantu pencapaian tujuan organisasi dengan lebih rendah.

Manajemen mempunyai suatu tujuan tertentu yang telah digariskan dan disetujui bersama. Manajemen sebagai pimpinan perusahaan, harus dapat meyakinkan bawahannya untuk mengikuti, menggerakkan setiap personil dan kerja sama.

5. Sistem Komunikasi.

Suatu pekerjaan dapat dikatakan efektif, apabila dengan pengorbanan tertentu dapat memberikan hasil yang maksimal baik dibidang mutu maupun jumlah satuan hasil. Jadi hasil yang maksimal dalam setiap pekerjaan tergantung pada cara kerja yang efektif, berkat usaha berkomunikasi efektif yang dilakukan pimpinan terhadap para karyawan untuk mencapai hasil yang maksimal.

Manajemen yang baik adalah manajemen yang dapat mengorganisasi dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan tujuan untuk encapai dan memelihara tingkat operasi yang efektif. Penyusunan struktur yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan perusahaan akan mencapai kesesuaian kerja, pendelegasian wewenang dan tanggung jawab serta komunikasi yang baik dapat mempertinggi tingkat efektifitas.

Menurut Indrawijaya (2010:46) : “ Efektifitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan”

Manajer yang efektif adalah keseluruhan kemampuan seorang manajer untuk menggerakkan organisasi tersebut sehingga suatu organisasi mampu

mencapai tujuan dan berbagai sarana yang telah ditetapkan dengan pengorbanan operasional secara rasio lebih kecil dibandingkan dengan hasil yang dicapai.

Dalam mengukur efektifitas manajer dalam menggunakan para pekerja dan stafnya hanya dengan menggunakan kriteria yang rendah, karena manusia merupakan sumber daya yang utama dalam kebanyakan organisasi, efektifitas bisa juga berarti pengembangan dan meningkatkan keterampilan orang-orang yang melakukan pekerjaan.

Agar komunikasi berlangsung dengan baik, maka harus diperhatikan hal-hal berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikasi
2. Pesan harus mempergunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikasi, sehingga sama-sama mengerti

Sehubungan dengan uraian diatas mengenai komunikasi yang efektif dalam hubungannya dengan fisiensi kejasama diantara semua anggota organisasi dari setia unit, hubungan yang baik diantara setiap pedelegasian wewenang sesuai dengan jabatan, maka tercipta komunikasi efektif sesuai dengan tujuan organisasi yang tepat menghasilkan efisiensi kerja perusahaan.

Manajemen mempunyai tujuan tertentu yang telah digariskan dan sidetujui bersama. Tanpa umpa balik dari penerima, pengirim tidak mempunyai dasar yang kokoh untuk menilai kecermata komunikasi tersebut atau tingkat pemahaman dan pengertian yang dialami penerima. Dalam banyak hal, seperti perumusan sasaran

dalam organisasi atau pelaksanaan strategi penjualan baru, komunikasi dua arah biasanya sangat penting.

Umpan balik menurut Ardianto (2004:45-47) yaitu reaksi (tanggapan) yang diberikan oleh penerima pesan atau komunikan kepada penyampai pesan atau komunikator/sumber. Selain itu, umpan balik juga dapat berupa reaksi yang timbul dari pesan kepada komunikator. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa umpan balik merupakan suatu cara untuk menguji seberapa jauh informasi yang dikomunikasikan itu dimengerti komunikan.

Untuk mengetahui apakah sistem komunikasi efektif harus diketahui beberapa karakteristik yang bisa digunakan untuk mengnalnya. Adapun karakteristik umpan balik yang efektif menurut Miftah Thoah (2005:156) antara lain : “Intensi, Kekhususan (*specificity*), Deskriptif, Kemanfaatan, Tepat Waktu, Kesiapan, Kejelasan, dan Validitas”. Masih menurut Miftah Thoah penjelasan atas setiap karakteristik di atas adalah sebagai berikut :

1. Intensi

Umpan balik yang efektif jika diarahkan secara langsung untuk menyempurnakan pelaksanaan pekerjaan dan menjadikan pegawai sebagai harta milik organisasi yang paling berharga, umpan balik semacam ini tidak bersifat hal-hal yang sangat pribadi dan seharusnya tidak berkompromi dengan perasaan-perasaan pribadi, harga diri, dan cita-cita pribadi.

2. Kekhususan

Umpan balik yang efektif dirancang untuk membekali penerima dengan informasi yang khusus sehingga mereka mengetahui apa yang seharusnya

dikerjakan untuk suatu situasi yang benar. Suatu umpan balik yang tidak efektif jika bersifat umum dan meninggalkan tanda tanya bagi penerimanya. Misalnya mengatakan pada pegawainya bahwa pekerjaannya jelek tanpa ada penjelasan apa yang jelek, dan lain-lain penjelasan yang bersifat khusus atau terperinci. Umpan balik semacam ini akan membuat pegawai tersebut frustrasi dan mencari-cari cara memperbaikinya

3. Deskriptif

Efektifitas umpan balik dapat pula dilakukan dengan lebih bersifat deskriptif dibandingkan dengan yang bersifat evaluatif. Ini berarti hendaknya dihindari memberi umpan balik yang bersifat menilai atau mengevaluasi, tetapi lebih ditekankan memberikan penjelasan mengenai pelaksanaan pekerjaan.

4. Kemanfaatan

Karakteristik ini meminta agar setiap umpan balik mengandung informasi yang dapat dipergunakan oleh pegawai atau pejabat untuk memperbaiki dan menyempurnakan pekerjaan. Tidak ada manfaatnya mencaci maki pegawai hanya karena mereka tidak mempunyai kecakapan untuk melaksanakan tugas pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Beri petunjuk atau latihan untuk menambah kecakapan, bukan dengan caci maki. Dengan demikian pegawai akan mendapat kemanfaatan dari setiap umpan balik

5. Tepat waktu

Umpan balik yang efektif jika terdapat pertimbangan yang memperhitungkan faktor waktu yang tepat. Ada semacam aturan, semakin segera umpan balik diberikan adalah semakin baik. Dalam hal ini, pegawai atau pejabat mempunyai

kesempatan yang baik untuk memahami apa yang dimaksudkan oleh atasannya itu, dan mempunyai waktu untuk memperbaiki kesalahan-kesalahannya

6. Kesiapan

Agar supaya umpan balik dapat efektif, para pegawai hendaknya mempunyai kesiapan menerima umpan balik tersebut. Dalam hal ini, setiap pemberian umpan balik hendaknya memperhitungkan apa yang akan diberi umpan balik sudah siap atau belum, jika umpan balik diberikan mendadak dan dipaksakan kepada para pegawai, kejadian semacam ini akan mengurangi efektifitas umpan balik

7. Kejelasan

Umpan balik bisa efektif jika dapat dimengerti secara jelas oleh sipenerima. Suatu cara yang baik untuk mengetahui hal ini ialah dengan membuktikan secara langsung dengan meminta kepada penerima untuk menyatakan pokok-pokok apa yang telah dibicarakan.

8. Validitas

Agar suatu umpan balik dapat efektif, maka umpan balik tersebut hendaknya dapat dipercaya dan syah (*reliable and valid*). Sudah barang tentu jika informasinya tidak benar, maka pegawai yang menerima umpan balik tersebut akan merasa bahwa telah melakukan kesalahan, atau lebih jauh dari itu pegawai tersebut akan memperbaiki tindakannya berdasarkan alasan-alasan yang salah sehingga akibatnya hanya merupakan kesalahan melulu

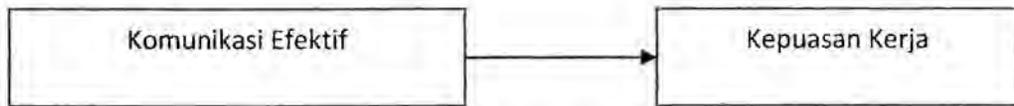
Dari penjelasan tersebut diatas dapatlah diketahui bahwa sistem komunikasi hubungannya dengan efektifitas tidak terlepas dari seberapa jauh umpan balik yang telah dilakukan dalam setiap perusahaan.

B. Kerangka Konseptual

Penelitian yang dilakukan oleh Agustinus Margono (Unika Atma Jaya, 2002) dengan judul penelitian "Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Indofood Sukses Makmur". Berdasarkan analisis yang dilakukan, Agustinus Margono berkesimpulan bahwa pelaksanaan komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Hal ini dibuktikan dengan dengan hasil koefisien korelasi $r=0,7276$ yang mendekati 1, yang mengandung arti hubungan antara Variabel X (pelaksanaan komunikasi efektif) dan Variabel Y (kepuasan kerja karyawan) kuat dan positif. Sedangkan besar pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 54,405 %, dan kriteria pengujian melalui tes hipotesa terbukti, bahwa pelaksanaan komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

Penelitian lain yang sejenis adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Retno Indriaty (2010) dengan judul "Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah II Sumatera Utara Medan". Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan dimana nilai $t_{hitung} 5,312 > t_{sig} 2.042$ artinya positif.

Selanjutnya, untuk menggambarkan langkah penelitian pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja dapat dilihat pada kerangka pemikiran berikut ini :



Gambar 2.6. Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis ini masih perlu dianalisis lebih lanjut lagi kebenarannya, dengan mengadakan analisis atau penelitian, dimana suatu hipotesis kesimpulannya dapat diterima atau tidak sebagai teori. Menurut Sugiyono (2008:102) : “Hipotesis adalah dugaan sementara dan hasilnya masih harus diuji kembali untuk membuktikan kebenarannya melalui suatu proses penelitian”.

Dari kerangka konseptual yang ada di atas peneliti membuat hipotesis sebagai berikut : “*Komunikasi efektif* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja pegawai/karyawan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.”

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Umar (2003 : 30) penelitian asosiatif kausal adalah “penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variable lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain”. Penelitian ini bersifat asosiatif yang berdasarkan atas jawaban dari para Mahasiswa Baru Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya Tahun Ajaran 2011/2012. Penelitian dibuat untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya.

3. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian direncanakan selama 5 bulan. Dimulai dari Bulan Maret sampai Juli 2012. Berikut ini tabel rincian waktu penelitian.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Jenis Penelitian	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengamatan	■	■																		
2	Pengajuan Judul			■																	
3	Penyusunan Proposal				■	■	■	■	■												
4	Seminar Proposal							■													
5	Penyusunan Skripsi								■	■	■	■	■								
6	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■	■	■	■	■

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2007:108) bahwa, "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila ingin mengeliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi". Dalam hal ini populasi adalah seluruh pegawai/karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya sebanyak 40 orang karyawan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ". Dimana menurut Arikunto (2007 : 112) jika populasi lebih dari 100 orang maka diambil sampai 5%-10% atau 20%-30% dari jumlah populasi dan jika populasi kurang dari 100 orang maka diambil seluruhnya.

Teknik penarikan sampel yang dilakukan adalah Sampling Jenuh yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil keseluruhan populasi sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka sampel dalam penelitian ini

adalah pegawai/karyawan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya sebanyak 40 orang karyawan

C. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana pentingnya variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan juga untuk mempermudah pemahaman dalam membahas penelitian ini. Adapun variabel – variabel yang digunakan adalah :

1. Komunikasi yang baik

Komunikasi yang baik adalah suatu proses tukar menukar informasi baik melalui tulisan, lisan, isyarat maupun tingkah laku yang menunjukkan penyampaian suatu pesan. Komunikasi membutuhkan timbal balik dua arah yang seimbang. Bila salah satu pihak lebih dominan, maka komunikasi akan timpang

2. Kepuasan kerja

Yaitu suatu kondisi dimana pegawai/karyawan merasakan kenyamanan dalam melaksanakan tugas-tugasnya masing-masing.

D. Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai skala ukur. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Item Score untuk Kuesioner

NO	ITEM	SCORE
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Skor responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam Skala Likert.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data Kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literature-literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian penulis.
- b. Data Kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (scoring).

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner di lapangan.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini, Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Interview (Wawancara)

Interview (wawancara) yaitu melakukan tanya jawab kepada pihak-pihak yang berkompeten sehubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Daftar Angket

Daftar Angket yaitu suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sehubungan dengan informasi yang dibutuhkan, dengan Skala Liker

3. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi yaitu memperoleh data dengan mempelajari dan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat di perusahaan ataupun diluar perusahaan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Proses analisis yang akan dilakukan, penulis akan membuat model analisis yang akan dilakukan penulis dalam rangka menjawab permasalahan

yang ada. Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi sederhana. Alat analisis ini digunakan dengan suatu alasan untuk melihat ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Berdasarkan itu semua, maka spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$y = a + bx$$

Dimana :

- y = Kepuasan Kerja
- x = Komunikasi Efektif
- b = koefesien
- a = konstanta

Dan hasil pengumpulan data dilakukan diskripsi atas variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer software SPSS versi 15, hal ini dilakukan untuk menjaga akurasi dari hasil perhitungan tersebut. Dari hasil perhitungan komputer tersebut akan dianalisis melalui beberapa tahapan.

Analisis data dalam penelitian menggunakan bantuan program komputer *statistic product and service solution* (SPSS.15).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas dapat dilihat dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada *P-P Plot of Regression Standardized Residual* melalui SPSS, dimana:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Validitas. Uji validitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas dihitung dengan menggunakan korelasi product moment.

Sugiyono (2008: 15) mensyaratkan nilai r yang diperoleh dikonsultasikan dengan nilai r kritis = 0,30

Pada taraf signifikan 5% , jika r hitung $\geq r$ kritis maka data valid

jika r hitung $\leq r$ kritis maka data tidak valid.

3. Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama sehingga instrumen penelitian tersebut telah dianggap shahih. Pengujian ini menentukan konsistensi atas suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas menggunakan Alpa Cronbach.

4. **Statistik Deskriptif.** Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui mayoritas jawaban responden setiap variabel sehingga dapat diketahui nilai tertinggi, nilai terendah dan rata-ratanya.
5. **Uji Hipotesis (Uji t).** Uji regresi ini digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang dibuat benar yaitu komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai/karyawan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen dan sekaligus untuk membuktikan hipotesis pertama. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan t-hitung dengan t-tabel pada derajat signifikansi 5 % ($\alpha = 0,05$). Jika nilai t-hitung $>$ t-tabel atau $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima atau terbukti benar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan maka kesimpulan ini adalah bahwa pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja pegawai/karyawan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya terbukti ada dan positif, ini dapat di buktikan dari :

1. Variable bebas x (Komunikasi Efektif) berpengaruh positif terhadap variable terikat y (Kepuasan Kerja{Y), hal ini terlihat dari nilai signifikan nilai signifikan $0,00 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 10,127 > t_{tabel} 2.203$.berarti variabel X memberi pengaruh positif terhadap variabel Y, maksudnya jika X naik maka Y akan ikut naik atau sebaliknya.
2. Dengan nilai constanta 1,091 dan nilai dan Beta X sebesar 1,364, hal ini menjelaskan jika variabel X naik memberi pengaruh Y naik sebesar 136% dengan model regresi $Y = 1,091 + 1,364 X$.
3. Nilai R Square sebesar 0,730 mengandung arti pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan kerja di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya adalah sebesar 73 %. Nilai pengaruh sebesar 73 % mengandung arti bahwa komunikasi efektif memang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 27 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, peneliti mencoba untuk memberikan saran yang kiranya mungkin berguna dikemudian hari bagi Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya terkait dengan pengaruh komunikasi efektif untuk mewujudkan kepuasan kerja pegawai/karyawan, sebagai berikut:

1. Agar kepuasan kerja dapat terwujud di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Bunayya, komunikasi yang ada selama ini sudah baik dan harus dipertahankan dan lebih penting lagi ditingkatkan.
2. Nilai pengaruh variable bebas x terhadap variable terikat y sebesar 73 %, artinya komunikasi efektif memang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang signifikan. Sedangkan faktor lain sebesar 27% yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya usaha untuk mempertahankan komunikasi efektif antar karyawan agar kepuasan kerja karyawan dapat terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Margono, **Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Indofood Sukses Makmur**, Skripsi, Unika Atma Jaya, Jakarta, 2002.
- Ardianto, E.L., **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar**, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2004.
- Alex S. Nitisemito, **Manajemen Personalia**, Cetakan Kelima, Edisi Revisi, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001.
- Deddy Mulyana, **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Hasyim Zain, **Efektivitas Komunikasi**, <http://hasyimzain.blogspot.com/2011/11/efektivitas-komunikasi.htm> (dilihat pada hari Sabtu, 09 Januari 2013, pukul 10.30 WIB), 2011.
- Husein Umar, **Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi**, Penerbit PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2003.
- Indrawijaya, Adam Ibrahim, **Teori, Perilaku dan Budaya Organisasi**, PT. Refika Aditama, Bandung, 2010.
- Johnson, Daniel, Peter Sutton dan Neil Haris, **Extreme Programming Requires Extremely Effective Communication**, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.
- Kartini Kartono, **Patologi Sosial**, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.
- Liliweri, **Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya**, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 2007.
- Miftah Toha, **Perilaku Organisasi**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.
- Onong Uchjana Effendy, **Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek**, Cetakan 19, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.
- Retno Indriaty, **Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah II Sumatera Utara Medan**, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010.

Simon Mingay, *Effective Communication Between IT Leaders and Stakeholders Must Be Structured and Contextual*, Alih Bahasa FX. Budiarto, Bina Pura, Jakarta, 2005.

Suharsimi Arikunto, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Edisi Revisi V, Rineka Cipta, Jakarta, 2007.

Sugiyono, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung, 2008.

Sukanto Reksohadiprojo, 2000, **Kasus Manajemen Perusahaan**, BPFE, Yogyakarta.

T. Hani Handoko, **Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia**, Edisi Keenam, Penerbit BPFE Universitas Gadjah Mada Press, Yogyakarta, 2005.

Terry, George, R. dan Leslie, W. Rue. 2005. *Principles of Management, Dasar-Dasar Manajemen*, Alih Bahasa: G.A. Ticoalu, Bumi Aksara, Jakarta.

