

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai kegiatan sehari-hari, serta sekaligus merupakan bagian dari kebutuhan manusia terutama dalam melakukan hubungan atau interaksi dengan manusia lainnya.

Pada dasarnya komunikasi adalah penyampaian pesan-pesan berupa lambang-lambang yang berarti atau memiliki makna antara individu-individu yang melakukannya, khususnya dalam hal penciptaan kesamaan persepsi maupun pemahaman. Dihak lain komunikasi itu akan mengalami kegagalan apabila berlangsung tidak seperti yang diharapkan.

Ada tiga unsur pokok dalam proses komunikasi yakni sumber (source) yang selanjutnya disebut dengan komunikator, pesan (message) dan sasaran (destinations) yang selanjutnya disebut dengan komunikan. Seperti dikemukakan oleh Carl L. Hovland yang mengatakan bahwa pengertian komunikasi adalah :
"The Process by which an individual (the communicator) transmits stimuli

(usually verbal symbols) to modify behavior of other individuals (communicates)¹.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi itu merupakan suatu proses penyampaian pesan yang berupa lambang-lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator dan ditujukan kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Dengan adanya proses komunikasi yang terjadi maka tentunya dapat dicapai kesepakatan, kesamaan persepsi dan sekaligus proses interaksi diantara sesama individu sebagai pelakunya.

Dalam kehidupan organisasi perusahaan komunikasi juga merupakan bagian yang dominan dan mutlak diperlukan. Masing-masing individu dalam organisasi yang tergabung dalam suatu lingkungan kerja seperti dalam satu kantor ataupun perusahaan selalu melakukan interaksi antara seseorang dengan seorang lainnya melalui pesan-pesan komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga aktifitas organisasi dapat berjalan dengan baik dalam rangka mencapai tujuannya.

Dalam hubungan ini bagi seorang pemimpin suatu organisasi perusahaan dalam melaksanakan dan menerapkan aktifitasnya maka salah satu bentuk komunikasi yang cocok dan sesuai di lingkungan kerjanya adalah komunikasi yang

¹ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992, hal. 5