

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi**

Menurut Pace dan Faules dalam Riinawati (2019:61) komunikasi organisasi didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tersebut.

Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

#### **2.2 Jenis Komunikasi Organisasi**

Menurut Romli (2018), komunikasi di dalam organisasi terbagi menjadi dua jenis komunikasi yaitu komunikasi eksternal dan komunikasi internal. Komunikasi eksternal merupakan komunikasi yang dilakukan antara pihak organisasi dengan pihak luar organisasi.

Selain komunikasi eksternal, komunikasi internal juga penting di dalam organisasi, komunikasi internal merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang terjadi antara anggota organisasi untuk kepentingan organisasinya. Komunikasi internal yaitu seperti komunikasi antara sesama karyawan, komunikasi antara sesama pimpinan dan komunikasi antara pimpinan dan karyawan.

Komunikasi Vertikal menurut Effendy dalam Abidin (2018), komunikasi vertikal yaitu komunikasi dari atas ke bawah (*down ward communication*) dan komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) jadi dapat dikatakan sebagai komunikasi timbal balik (*two way traffic communication*).

Komunikasi ke atas berarti bawahan menjalin komunikasi dengan atasan, komunikasi ini terjadi hierarki wewenang rendah ke hierarki wewenang yang lebih tinggi. Sebaliknya komunikasi ke bawah adalah dari wewenang yang lebih tinggi ke wewenang yang lebih rendah. Dalam komunikasi vertikal dapat dipahami bahwa komunikan dan komunikator

dapat dipegang oleh atasan dan bawahan tergantung pada kepentingan masing-masing pihak.

Komunikasi vertikalnya mengarah ke atas berarti bawahan sedang melaksanakan apa yang diperintahkan, bisa juga berarti bahwa bawahan memberi saran, masukan, maupun kritik yang membangun untuk atasannya. Sedangkan jika komunikasi vertikalnya mengarah ke bawah, artinya atasan sedang memerintahkan bawahan untuk melakukan suatu hal. Dapat juga diartikan bahwa atasan sedang mengarahkan serta memberi kebijakan baru untuk para bawahannya, Sebagai contoh komunikasi vertikal yaitu:

- a. Pemimpin memberi tugas kepada karyawan baik lisan atau tertulis
- b. Pemimpin menginstruksikan karyawan untuk membuat laporan
- c. Karyawan mengerjakan laporan yang diminta pimpinan
- d. Karyawan melaporkan hasil pekerjaan yang telah dilakukannya
- e. Karyawan memberikan masukan untuk pimpinan.

Komunikasi Horizontal menurut IG. Wursanto dalam Abidin (2016) komunikasi horizontal memiliki peran yang penting dalam mengkoordinasikan kegiatan, membantu pelaksanaan tugas pekerjaan.

Komunikasi horizontal dilakukan antar anggota staff yang bersifat pemberian informasi antar pimpinan satu unit yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan pimpinan. Komunikasi horizontal secara langsung dapat dilakukan dengan cara rapat pimpinan, rapat dinas dan rapat kerja. Sedangkan secara tidak langsung dapat dilakukan dengan cara lisan melalui telephone dan tertulis baik menggunakan nota, memo dan surat kabar.

Komunikasi Verbal menurut Agustina dan Eka (2019), komunikasi verbal merupakan komunikasi yang disampaikan secara lisan.

Komunikasi verbal dapat dilakukan secara langsung atau melalui sarana komunikasi seperti telepon. Kelebihan dari komunikasi verbal yaitu dilakukan secara tatap muka sehingga umpan balik dapat diperoleh secara langsung dalam bentuk respon dari pihak komunikan.

Komunikasi Non Verbal menurut Agustina dan Eka (2019), komunikasi non verbal adalah komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata.

Komunikasi non verbal adalah cara yang paling menyakinkan untuk penyampaian pesan kepada orang lain. Tenaga medis perlu menyadari pesan verbal non verbal yang disampaikan oleh pasien mulai dari saat pengkajian sampai evaluasi keperawatan, karena pesan non verbal dapat memperkuat pesan yang disampaikan secara verbal, misalnya menggunakan gerak isyarat, Bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, symbol-simbol serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara dan gaya berbicara.

### **2.3 Tujuan Komunikasi Organisasi**

Menurut Nina Siti Salmaniah Siregar (2018) komunikasi organisasi memiliki beberapa tujuan, Berikut tujuan komunikasi dalam jurnalnya yang berjudul Interaksi komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan Personal
  - 1) Hubungan Sosial  
Tujuannya memperkuat hubungan interpersonal dan menaikkan kesejahteraan kita.
  - 2) Penyaluran  
Tujuan ini biasa dilakukan dalam suasana yang mendukung adanya pertukaran pikiran atau pertengkaratan sengit dalam diskusi keluarga, dimana keterbukaan diri adalah tepat.
  - 3) Kelompok Terapi  
Hal ini biasanya digunakan untuk membantu orang menghilangkan sikap-sikap mereka, atau tingkah laku dalam beberapa aspek kehidupan mereka.
  - 4) Belajar  
Sebagai alasan umum orang untuk mengikuti kelompok kecil adalah belajar dari orang lain. Belajar terjadi dalam bermacam-macam setting. Asumsi yang mendasari belajar kelompok adalah ide dari dua arah.
- b. Tujuan Yang Berhubungan Dengan Pekerjaan
  - 1) Pembuatan Keputusan  
Orang-orang yang berkumpul bersama-sama dalam kelompok untuk membuat keputusan mengenai sesuatu. Mendiskusikan alternatif dengan orang lain membantu orangng memutuskan mana pilihan terbaik untuk kelompok.
  - 2) Pemecahan Masalah

Masalah yang mereka usahakan menyelesaikannya mencakup bagaimana menyempurnakan produksi, bagaimana menyempurnakan hubungan yang kurang baik.

#### **2.4 Manfaat Komunikasi Organisasi**

Menurut Meuthia Huda (2019), manfaat dari komunikasi dalam organisasi yaitu dapat menyampaikan dan memperluas suatu ide dan pikiran yang dimiliki seseorang kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan tersebut.

#### **2.5 Konsep *Code Of Conduct***

Menurut Suriasumantri (2018), *Code Of Conduct* atau COC adalah dokumen tertulis yang mengatur mengenai bagaimana tata cara atau berperilaku perusahaan terhadap para pemangku kepentingan dan juga mengatur bagaimana perilaku karyawan dalam berinteraksi dengan sesama karyawan dan juga bagaimana perilaku karyawan diatur dalam rangka memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Menurut Serlika Aprita (2019) ada beberapa unsur disiplin yang diatur, dipelihara, dan ditegakkan atas dasar kode etik (*code of conduct*) adalah sebagai berikut:

1. Menjaga, memelihara agar tidak terjadi tindakan atau kelalaian profesional.
2. Menjaga dan memelihara integritas profesi.
3. Menjaga dan memelihara disiplin, yang terdiri dari beberapa unsur yaitu:
  - a) Taat pada ketentuan atau aturan hukum.
  - b) Konsisten
  - c) Selalu bertindak sebagai manajer yang baik dalam mengelola perkara, mulai dari pemeriksaan berkas sampai pembacaan putusan.
  - d) Loyalitas.

Pada umumnya, sebuah institusi ataupun komunitas membuat sebuah *code of conduct* disebabkan adanya masalah-masalah yang pernah terjadi di institusi ataupun komunitas tersebut. Satu atau beberapa masalah yang sempat muncul tentu akan menguras tenaga, waktu pikiran maupun biaya pada saat menngatasinya. Hal ini disebabkan tidak adanya aturan yang dapat dijadikan sebagai pedoman bersama. Dalam kerangka tersebut, dibutuhkan semacam perangkat aturan bersama untuk mencegah agar segala masalah serupa tidak muncul kembali.

Menurut Briggita Winasis (2021), Pembuatan aturan etika tersebut disesuaikan dengan ruang lingkup masing-masing organisasi. Misalnya *code of conduct* perusahaan, *code of conduct* firma hukum, *code of conduct* lembaga pendidikan, dan lain-lain.

Peraturan dalam *code of conduct* bisa berbeda-beda. Namun umumnya berkaitan dengan perilaku setiap anggota organisasi. Contohnya bagaimana perilaku yang sepatutnya, bagaimana mengatasi dan menghindari masalah, dan lain-lain.

## **2.6 Tujuan Code Of Conduct**

Tujuan Code Of Conduct menurut *Buku Saku Code Of Conduct PT PLN* adalah sebagai berikut :

- a. Komitmen bersama untuk mewujudkan visi dan melaksanakan misi perusahaan secara profesional dan beretika bisnis.
- b. Sebagai panduan perilaku bagi seluruh karyawan yang harus dipatuhi dalam melaksanakan segala aktifitas perusahaan.
- c. Menciptakan budaya kepatuhan terhadap pedoman perilaku dan kebijakan perusahaan yang menyadarkan pegawai atas tugas dan tanggung jawabnya.
- d. Mewujudkan hubungan harmonis antar karyawan.
- e. Menghindari kebenturan dan melaksanakan aktivitas perusahaan.

## **2.7 Manfaat Code Of Conduct**

Manfaat Code Of Conduct menurut *Buku Saku Code Of Conduct PT PLN* adalah sebagai berikut :

- a. Mendorong kegiatan operasional perusahaan agar lebih baik.
- b. Memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam hal hubungan antara individu di perusahaan maupun antara perusahaan dengan Lembaga lain..
- c. Menciptakan hubungan harmonis dan seimbang antara karyawan dan atasan.