

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka penulis akan menjelaskan sejumlah tinjauan teoritis dan konsep dari sejumlah variabel dan fenomena yang diteliti. Pada bagian pertama dalam tinjauan pustaka berisi tinjauan atas konsep dan teoritis dalam bentuk teks naratif yang didukung oleh sejumlah bahan pustaka seperti buku referensi, jurnal dan pustaka ilmiah lainnya. Sejumlah konsep yang akan dibahas secara tinjauan pustaka pada penelitian ini yaitu mengenai konsep dasar dari Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap *Organizational Citizenship Behavior* melalui Komitmen Organisasional (Survei Pada Karyawan Bagian Teknisi PERUMDA Air Minum Tirta Sukapura Kabupaten Tasikmalaya).

2.1.1 Komunikasi Interpersonal

Berkomunikasi dengan interpersonal menjadi sebuah kebutuhan dasar pada keberlangsungan hidup manusia. Orang-orang yang melakukan komunikasi antarpribadi tidak hanya dirumah maupun di kantor namun juga ketika mereka berjalan, bekerja, bepergian, membaca koran, berbelanja ataupun dalam menonton permainan atau film. Secara umum, komunikasi antarpribadi akan berlangsung dengan percakapan tatap muka. Akan tetapi, hal ini bisa berupa dialog telepon bila individu terhubung secara emosional. Kita bisa menyimpulkan bahwa dalam kedua individu ini bertukar perasaan, pandangan, serta sikap tentang sebuah masalah apapun, hal itu pun dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih. Contoh komunikasi interpersonal (antar pribadi) seperti percakapan antara kedua teman, percakapan keluarga, dan percakapan antara tiga orang. Komunikasi Interpersonal bisa terjadi dimana saja ketika menonton film, belajar, dan bekerja. Komunikasi Interpersonal bisa disebut komunikasi antarpribadi. Efektivitas antar pribadi ditentukan oleh seberapa jelas pesan yang disampaikan.

Menurut Berger, Dalmon & Stafford (2012: 36) menyatakan bahwa Komunikasi Interpersonal (*interpersonal communication*) adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi secara langsung antara dua individu yang berfokus tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankan suatu hubungan, dan keretakan suatu hubungan. Menurut (Devito, 2015: 2) Komunikasi antarpribadi juga diartikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau sekelompok kecil orang, dengan efek tertentu dan beberapa umpan balik instan. Menurut (Muhammad dan Budiamin, 2011: 2) Komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui, dapat di kerucutkan bahwa komunikasi interpersonal adalah sebuah metode dalam penyampain informasi dan pertukaran informasi terhadap antar individu. Hal demikian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal sangatlah penting diaplikasikan dalam membangun komunikasi antar karyawan, sehingga meminimalisir *miss communication* dalam

penyampaian informasi.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Komunikasi Interpersonal

Menurut Harapan dan Ahmad (2014: 62), faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal.

1. Konsep Diri

Hal ini termasuk persepsi individu akan sifat dan kemampuannya, interaksi dengan orang lain dan lingkungan, nilai-nilai yang berkaitan dengan pengalaman dan objek, tujuan serta keinginannya. Konsep diri merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan dalam komunikasi interpersonal. Konsep diri memainkan peran yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan hidup seseorang. Konsep diri dapat mempengaruhi kemampuan berpikir seseorang. Seseorang yang memiliki konsep diri yang buruk akan mengakibatkan rasa tidak percaya diri, tidak berani mencoba hal-hal baru, tidak berani mencoba hal yang menantang, takut gagal, takut sukses, merasa diri bodoh, rendah diri, merasa diri tidak berharga, merasa tidak layak untuk sukses, pesimis, dan banyak lagi. Sebaliknya, seseorang yang konsep dirinya baik akan selalu optimis, berani mencoba hal-hal baru, berani sukses, berani gagal, percaya diri, antusias, merasa diri berharga, berani menetapkan tujuan hidup, bersikap dan berpikir positif, serta dapat menjadi seorang pemimpin yang handal. Dengan demikian, konsep diri merupakan faktor penting bagi seseorang dalam berinteraksi.

2. Membuka Diri

“Membuka diri adalah pengungkapan reaksi dan tanggapan seseorang

terhadap situasi yang sedang dihadapinya serta memberikan informasi yang relevan tentang peristiwa masa lalu untuk pemahaman di masa kini” Johnson (2012: 21-22) Membuka diri berarti membagikan kepada orang lain tentang perasaan terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukannya, atau perasaan seseorang terhadap kejadian-kejadian yang baru saja disaksikannya. Semakin sering seseorang berkomunikasi dengan membuka diri kepada orang lain maka ia akan memahami kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya. Individu akan belajar menutupi kekurangan yang dimilikinya dengan meningkatkan kepercayaan diri dan saling menghargai.

3. Percaya Diri

Percaya diri adalah salah satu faktor yang mempengaruhi dalam komunikasi interpersonal. Orang yang kurang percaya diri akan cenderung sedapat mungkin menghindari situasi komunikasi, karena dirinya takut orang lain mengejek atau menyalahkannya apabila berbicara, sehingga cenderung diam dalam berinteraksi. Hal ini akan menumbuhkan sikap merasa gagal dalam setiap kegiatan yang dilakukannya. Membangun kepercayaan diri dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai kegiatan pelatihan yang berhubungan dengan banyak orang. Hal ini bertujuan untuk menolong seseorang agar dapat merumuskan cara-cara membangun kepercayaan diri dalam suatu hubungan interpersonal.

2.1.1.3 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal

Menurut Ahmad dan Harapan (2014: 55) mengatakan ada tujuh aspek utama yang mendasarinya dalam komunikasi antarpribadi, yaitu :

1. Berbagi maksud, gagasan, dan perasaan yang ada dalam diri pengirim pesan serta bentuk perilaku yang dipilihnya.
2. Proses kodifikasi pesan oleh pengirim, pengirim pesan atau komunikator mengubah gagasan, perasaan, dan maksud-maksudnya ke dalam bentuk pesan yang dapat dikirimkan.
3. Proses pengiriman pesan kepada penerima.
4. Adanya saluran (*channel*) atau media, melalui apa pesan tersebut dikirimkan.
5. Proses dekodifikasi pesan oleh penerima. Penerima menginterpretasikan atau menafsirkan makna pesan.
6. Tanggapan batin oleh penerima pesan terhadap hasil interpretasinya tentang makna pesan yang ditangkap.
7. Kemungkinan adanya hambatan (*noise*) tertentu.

2.1.1.4 Dimensi Komunikasi Interpersonal

Dalam komunikasi Interpersonal ada beberapa dimensi yang mempengaruhi. Menurut DeVito (2013: 117-118) komunikasi interpersonal yang efektif dan efisien harus memenuhi kelima dimensi sebagai berikut:

1. *Openness* (Keterbukaan)

Sikap terbuka (*open mindedness*) memiliki pengaruh besar dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Untuk menunjukkan kualitas keterbukaan dari komunikasi interpersonal ini terdapat dua aspek, yakni aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap individu yang berinteraksi dengan orang lain, dan keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimulasi yang datang kepadanya.

Keterbukaan juga berarti adanya kemauan untuk membuka diri pada hal-hal tertentu, agar mampu mengetahui pendapat, gagasan, atau pikiran orang lain sehingga komunikasi mudah dilakukan, serta kemauan untuk menanggapi secara jujur dan terus terang terhadap apa yang disampaikan.

2. *Positiveness* (Sikap Positif)

Sikap positif atau faktor percaya ini merupakan bagian yang penting. Bila seseorang mempunyai perasaan bahwa dirinya tidak akan dirugikan, tidak akan dikhianati, maka orang itu pasti akan lebih mudah membuka dirinya. Bagaimana seseorang dapat berperilaku positif seperti berpikir positif terhadap dirinya maupun terhadap lawan bicaranya.

Sikap positif maksudnya adalah bagaimana dapat mempercayai seseorang untuk melakukan kegiatannya sendiri tanpa harus selalu diawasi serta selalu berupaya untuk mencontohkan perilaku-perilaku positif.

3. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kemampuan untuk memahami perasaan dan pikiran orang lain, kemampuan untuk melihat dunia dari sudut pandang orang lain atau kemampuan memproyeksikan diri kepada diri orang lain. Dengan kata lain, kemampuan menghayati perasaan orang lain atau merasakan apa yang dirasakan orang lain, baik secara emosional maupun intelektual.

Dalam hal ini sikap empati adalah bagaimana dalam berkomunikasi seseorang dapat merasakan dan mengerti kondisi setiap anggota dalam keluarga, serta memahami kondisi psikis dalam setiap situasi. Empati merupakan salah satu faktor yang menumbuhkan sikap percaya pada orang lain.

4. *Supportiveness* (Sikap Mendukung)

Sikap mendukung adalah adanya sikap saling mendukung antar satu sama lain dalam tujuan agar pesan keduanya dapat tersampaikan dengan baik. Dalam hal ini, maksudnya adalah dalam berkomunikasi seseorang dapat menunjukkan sikap menyanggupi untuk mendengar perkataan setiap anggota yang sedang berbicara.

5. *Equality* (Kesetaraan / Kesamaan)

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif jika orang-orang yang berkomunikasi di dalam suasana kesamaan. Kesamaan tersebut diantaranya adalah kesamaan-kesamaan kepribadian ataupun kedudukan antara pembicara dan pendengar. Komunikasi Interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada sesuatu untuk saling disumbangkan antara kedua belah pihak. Indikator kesetaraan meliputi :

- a. Menempatkan diri setara dengan orang lain
- b. Menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda
- c. Mengakui pentingnya kehadiran orang lain
- d. Komunikasi dua arah
- e. Saling memerlukan
- f. Suasana komunikasi yang akrab

2.1.2 Komitmen Organisasional

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Komitmen dapat diartikan sebagai keterikatan untuk melakukan sesuatu. Komitmen dapat dibuktikan dengan adanya keberpihakan atau kecenderungan karena merasa memiliki ikatan terhadap sesuatu

, baik itu hubungan, janji, pekerjaan, amanah, kegiatan, dan lain sebagainya. Komitmen menggambarkan makna tanggung jawab. Komitmen sangat penting untuk dimiliki oleh seseorang. Dalamnya komitmen seseorang dapat mengukur besarnya konsistensi dan tanggung jawabnya, entah dalam kondisi yang mudah atau sulit, senang atau susah, maupun ringan atau berat, tanpa komitmen tidak akan konsisten. Organisasi yang baik terdiri dari orang-orang yang berkomitmen tinggi. Semakin tinggi nilai komitmen dari setiap individu, semakin baik pula pencapaian organisasi tersebut. Orang-orang yang berkomitmen selalu memberikan yang terbaik untuk apa yang ia komitmenkan.

2.1.2.1 Pengertian Komitmen Organisasional

Komitmen organisasi adalah sikap atau bentuk perilaku seseorang terhadap organisasi dalam bentuk loyalitas dan pencapaian visi, misi dan tujuan organisasi. Seseorang dikatakan memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi, dapat dikenali dengan ciri-ciri antara lain kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, kemauan yang kuat untuk bekerja demi organisasi dan keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi.

Greenberg dan Baron dalam Wibowo (2014: 187) komitmen organisasi sebagai suatu tingkatan dimana individu mengidentifikasi dan terlibat dengan organisasinya dan atau tidak ingin meninggalkannya. Menurut Schermerhorn, Hunt, Osborn dan Uhl-Bean dalam Wibowo (2014: 188) Komitmen organisasional merupakan tingkat loyalitas yang dirasakan individu terhadap organisasi. Menurut Luthas dalam Wibowo (2014: 147) komitmen organisasi

sering didefinisikan sebagai:

1. Sebuah keinginan kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi tersebut.
2. Keinginan untuk mendesak usaha pada tingkat tinggi atas nama organisasi.
3. Keyakinan yang pasti dalam dan penerimaan atas nilai – nilai dan tujuan organisasi.

Berdasarkan dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi adalah suatu perilaku karyawan yang berkaitan dengan kepercayaan dan penerimaan yang kuat atas tujuan dan nilai-nilai organisasi, adanya kemauan untuk mengusahakan tercapainya kepentingan organisasi, dan keinginan untuk mempertahankan kedudukan sebagai anggota organisasi. Agar dapat menilai organisasi tersebut sehingga mereka tetap loyal dan bersedia bekerja sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi tersebut.

2.1.2.2 Dimensi Komitmen Organisasional

Menurut Cut Zurnali (2010: 127) hal menarik dalam pengertian komitmen organisasional merupakan perasaan yang kuat dan erat dari seseorang terhadap tujuan dan nilai suatu organisasi dalam hubungannya dengan peran mereka terhadap upaya pencapaian tujuan dan nilai-nilai tersebut.

Secara umum, riset yang berkaitan dengan para karyawan yang memiliki komitmen afektif yang kuat akan tetap tinggal bersama organisasi dikarenakan mereka ingin tinggal (*because they want to*). Para karyawan yang memiliki komitmen *continue* yang kuat dikarenakan mereka harus tinggal bersama organisasi (*because they have to*). Dan para karyawan yang memiliki komitmen normative yang kuat dikarenakan mereka merasa bahwa mereka harus

tinggal bersama (*because they fell that they have to*).

Dalam riset-riset tentang komitmen organisasional yang mencoba menganalisis karyawan-karyawan perusahaan yang dalam menjalankan aktivitas organisasi bersentuhan dengan teknologi informasi dan komunikasi seperti perusahaan telekomunikasi dan informasi, perbankan, pertambangan, pemasaran, konsultan perencanaan, otomotif, semi konduktor, dan bioteknologi, Cut Zurnali (2010: 127) mendefinisikan masing-masing dimensi komitmen organisasional tersebut sebagai berikut:

1. Komitmen afektif (*affective commitment*) adalah perasaan cinta pada suatu organisasi yang memunculkan kemauan untuk tetap tinggal dan membina hubungan sosial serta menghargai nilai hubungan dengan organisasi dikarenakan telah menjadi anggota organisasi.
2. Komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) adalah perasaan berat untuk meninggalkan organisasi dikarenakan kebutuhan untuk bertahan dengan pertimbangan biaya apabila meninggalkan organisasi dan penghargaan yang berkenaan dengan partisipasi di dalam organisasi.
3. Komitmen normatif (*normative commitment*) adalah perasaan yang mengharuskan untuk bertahan dalam organisasi dikarenakan kewajiban dan tanggung jawab terhadap organisasi yang didasari atas pertimbangan norma, nilai dan keyakinan karyawan.

2.1.2.3 Faktor - Faktor Komitmen Organisasional

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komitmen dalam organisasi tidak terjadi begitu saja dengan sangat mudah dan cepat. Melainkan mengalami proses

yang bertahap dan cukup panjang. Faktor-Faktor Pembentuk Komitmen Organisasi Menurut Malayu S.P Hasibuan (2014: 78) terbentuknya komitmen suatu organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Faktor Kesadaran

Kesadaran menunjukkan suatu keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketetapan hati dan kesinambungan dalam jiwa yang bersangkutan.

2. Faktor Aturan

Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan seseorang. Peranan aturan sangat besar dalam hidup bermasyarakat, sehingga dengan sendirinya aturan harus dibuat, dan diawasi yang pada akhirnya dapat tercapai sasaran manajemen sebagai pihak yang berwenang dan mengatur segala sesuatu yang ada di dalam organisasi kerja tersebut.

3. Faktor Organisasi

Organisasi pelayanan contohnya pelayanan pendidikan ada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya hanya terdapat sedikit perbedaan pada penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus kepada manusia yang memiliki watak dan kehendak yang multikompleks.

4. Faktor Pendapatan

Pendapatan adalah penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga, pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan organisasi baik dalam bentuk uang.

5. Faktor Kemampuan Keterampilan

Kemampuan berasal dari kata mampu yang memiliki arti dapat melakukan tugas atau pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan. Kemampuan dapat diartikan 16 sebagai sifat/keadaan yang ditujukan oleh keadaan seseorang yang dapat melaksanakan tugas atau dasar ketentuan-ketentuan yang ada. Keterampilan adalah kemampuan melakukan pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan yang tersedia.

6. Faktor Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan ada segala jenis perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangka untuk memenuhi kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu.

2.1.3 *Organizational Citizenship Behavior*

Majunya suatu organisasi membutuhkan karyawan yang mampu melakukan lebih sekedar tugas biasa, dimana karyawan memberikan kinerja yang melebihi harapan yang ditargetkan oleh atasannya. Seiring dengan berkembangnya zaman tentunya budaya organisasi atau perusahaan berubah-ubah atau dinamis mengikuti perkembangan zaman, hal ini menyebabkan karyawan dalam suatu perusahaan atau organisasi harus bisa melakukan pekerjaan lebih (OCB).

2.1.3.1 *Pengertian Organizational Citizenship Behavior*

Organizational Citizenship Behavior adalah perilaku karyawan yang secara sukarela mengerjakan pekerjaan yang melebihi dari standar tugas yang diberikan kepadanya, demi membantu keberlangsungan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Karyawan dengan tingkat OCB yang tinggi, merupakan aset

bagi sebuah organisasi. Karena karyawan yang seperti ini akan sangat mudah sekali menaati perintah yang diberikan atasannya. Mereka akan melakukan perintah tanpa banyak berfikir “nanti saya dapat apa” dan lain sebagainya.

Kaswan (2017: 22) menyatakan bahwa *Organizational Citizenship Behavior* adalah perilaku warga organisasi yang baik karena melebihi ketentuan formal tugas-tugas yang diberikan kepadanya, sehingga perilaku tersebut dapat menguntungkan bagi organisasi. Menurut Robbins dan Judge (2015: 53), fakta menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai karyawan yang memiliki OCB yang baik, akan memiliki kinerja yang lebih baik dari organisasi lain. Mohammad (2011: 2-28) *Organizational Citizenship Behavior* mencerminkan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh karyawan yang melampaui ketentuan minimum yang diharapkan oleh peran organisasi dan mempromosikan kesejahteraan rekan kerja, kelompok kerja dan perusahaan.

2.1.3.2 Dimensi *Organizational Citizenship Behavior*

Menurut organ dalam napitulu (2018) yang termasuk komponen-komponen dan sekaligus dapat dijadikan sebagai Dimensi OCB terbagi kepada beberapa bagian, yaitu:

1. *Altruism*

Berinisiatif untuk membantu atau menolong rekan kerja dalam organisasi secara sukarela. Secara lebih rinci komponen *Altruism* memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Membantu rekan kerja yang beban kerjanya berlebih.
- b. Menggantikan peran atau pekerjaan rekan kerja yang berhalangan hadir.

- c. Rela membantu rekan kerja yang memiliki masalah pekerjaan.
- d. Membantu rekan kerja agar lebih produktif.
- e. Membantu proses orientasi lingkungan kerja atau memberi arahan kepada pegawai yang baru meskipun tidak diminta.

2. *Courtesy*

Merupakan perilaku individu yang menjaga hubungan baik dengan rekan kerjanya agar terhindar dari perselisihan antar anggota dalam organisasi. Seseorang yang memiliki dimensi ini adalah orang yang menghargai dan memperhatikan orang lain.

3. *Sportmanship*

Merupakan kesediaan individu menerima apapun yang tidak sewajarnya.

Secara lebih rinci, komponen *Sportmanship* memiliki ciri sebagai berikut :

- a. Tidak menghabiskan waktu untuk mengeluh atas permasalahan yang sepele.
- b. Tidak membesarkan permasalahan yang terjadi.
- c. Menerima setiap kebijakan dan prosedur.
- d. Mentolelir ketidaknyamanan yang terjadi ditempat kerja.

4. *Conscientiousness*

Merupakan pengabdian atau dedikasi yang tinggi pada pekerjaan dan keinginan untuk melebihi standar pencapaian dalam setiap aspek.

5. *CivicVirtue*

Merupakan perilaku individu yang menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki tanggung jawab untuk terlibat, berpartisipasi, turut serta, peduli

dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan organisasi.

2.1.3.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi OCB

Sebelum karyawan melakukan suatu perilaku, tentunya ada penyebab mengapa mereka rela melakukan hal tersebut. Wirawan, muhammad hadi (2018) menjelaskan bahwa setidaknya terdapat sepuluh faktor yang dapat mempengaruhi perilaku OCB, seperti:

1. Kepribadian
2. Budaya organisasi
3. Iklim organisasi
4. Kepuasan kerja
5. Komitmen
6. Kepemimpinan *transformasional* atau *servant leadership*
7. Tanggung jawab sosial
8. Umur
9. Keterlibatan kerja
10. Keadilan organisasi

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bagian dari melihat perkembangan penelitian dari topik yang penulis kaji dan melakukan pemosisian penelitian penulis untuk mendukung keterbaharuan ilmu pengetahuan. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis/ Tahun/ Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Arum Darmawati, M.M dan Setyadi Indartono, Ph.D /2015. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior</i> dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi.	Terdapat Hubungan positif antara Komitmen Organisasi terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior</i> .	Variabel <i>Organizational Citizenship Behavior</i> dan Komitmen Organisasi.	Variabel Pengaruh Kepuasan Kerja.	Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 12, No.2 Halaman : 49-51 April Tahun 2015.
2.	Felicia Setyono/2013. Pengaruh kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Sel Terhadap Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel di Satelit Holy Gereja Mawar Surabaya.	Penelitian ini menunjukkan bahwa ada Pengaruh Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Dan Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel	Variabel Kualitas Komunikasi Interpersonal dan Komitmen Organisasi		Jurnal E-Komunikasi Vol. 1, No.2 Hal 191-199 Tahun 2013.
3.	Nur Laela Sayuti, Sirajuddin	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat	Variabel Komunikasi Interpersonal	Variabel Kepribadian.	Jurnal Manajemen, Desember Vol. 4, No. 2 Halaman:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	Sammang/ 2018. Pengaruh Kepribadian dan Komunikasi Interpersonal terhadap Komitmen Organisasional Pada Dinas Kesehatan Kota Palopo.	pengaruh positif dan signifikan antara Komunikasi Interpersonal terhadap Komitmen Organisasional	dan Komitmen Organisasional.		31-36 Tahun 2018.
4.	Herlambang, dan Fuadi/ 2018.Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Guru SMK Swasta di Kota Serang Mediasi Komitmen Organisasi.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi sebagai variabel mediasi terhadap Komunikasi interpersonal.	Variabel komunikasi interpersonal dan komitmen organisasional l.	Variabel Pengaruh budaya organisasi.	Jurnal Cendekia, Vol. 12, Hal : 36-37 No.1 April Tahun 2018.
5	Irma Kusuma Fitri dan Hermin Endratno/2021.P engaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan <i>Organizational Citizenship Behavior</i> Sebagai Variabel	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh OCB sebagai variabel intervening terhadap komitmen organisasi.	Variabel komitmen organisasi dan <i>Organization al Citizenship Behavior.</i>	Variabel kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.	Jurnal Manajemen Vol. 15, No. 2 Hal 286-288 Tahun 2021.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Intervening.				
6.	Chairul Anam /2017. Pengaruh Komitmen Organisasi Komunikasi Interpersonal,dan Kepuasan Kerja Terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i> Pada Anggota Kepolisian Resort Jombang.	Komunikasi Interpersonal secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior.</i>	Variabel komunikasi interpersonal, komitmen organisasional dan OCB.	Variabel Kepuasan kerja.	Jurnal Margin Eco Vol.1, Hal 19-24 Juni Tahun 2017.
7	Dyah puspita Rini/2013. Pengaruh Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i>	komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior (OCB).</i>	Variabel komitmen organisasional dan OCB. .	Variabel kepuasan kerja dan budaya organisasi.	Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol.1 No.1 Hal 70-77 April 2013.
8	Nyoman Bayu Putra Mahardika,I Made Artha Wibawa/2019.Pe ngaruh Budaya Organisasi Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap (OCB)	Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa Budaya Organisasi kepuasan kerja dan komitmen Organisasi berpengaruh positif dampak signifikan	Variabel Komitmen Organisasional dan OCB.	Variabel Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja.	E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.1, 2019 dan Kepuasan:7340-7370 Tahun 2019.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	pada karyawan.	terhadap perilaku karyawan.			
9.	Bara Dhatu Dewangga na, Patricia Dhiana Paramitha, Andi Tri Haryono/2016. Pengaruh Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi Terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i> Yang Berdampak Pada Prestasi Kinerja Karyawan.	Hasil penelitian menunjukkan Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku OCB.	Variabel komitmen organisasional dan OCB.	Variabel Kepuasan Kerja dan Budaya Organisasi.	<i>Journal of management</i> , Vol. 2 No.2 Hal 1-5 Maret Tahun 2016 .
10	Komang Ade Wahyudi, I Gede Putu Kawiana, I Wayan Suartina/ 2022. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi <i>OCB</i>	Hasil penelitian menunjukkan Komitmen organisasi berpengaruh terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i> .	Variabel komitmen organisasi dan <i>organizational citizenship behavior</i> .	Variabel kinerja karyawan.	Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Mei 2022 Volume 2, No. 2 Hal 366-375 Tahun 2022.
11	Vanya Chairiah Fitri, Dedi Purwana, Ari Saptono/ 2021. Pengaruh Kepuasan Kerja, Pengembangan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi sebagai variabel	Variabel <i>Organizational citizenship behavior</i> dan komitmen organisasi.	Variabel Kepuasan kerja dan pengembangan karir.	Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 5, No.1 Hal.31-34 Tahun 2021.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Karir Terhadap <i>Organizational Citizenship Behavior</i> Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Karyawan PERURI.		intervening terhadap <i>organizational citizenship behavior.</i>			

2.3 Kerangka Pemikiran

Komunikasi Interpersonal (*interpersonal communication*) menurut (Berger, Dalmon & Stafford, 2012: 36) adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi secara langsung antara dua individu yang berfokus tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankan suatu hubungan, dan keretakan suatu hubungan. Dimensi yang membentuk komunikasi interpersonal adalah komunikasi efektif yang memiliki beberapa indikator, diantaranya Keterbukaan (*openness*) (1), Empati (*empathy*) (2), Dukungan (*supportiveness*) (3), Rasa positif (*positiveness*) (4), Kesetaraan (*equality*) (5). Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi atau dapat dikatakan komunikasi yang efektif merupakan saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang yang hasilnya sesuai dengan harapan.

Menurut Greenberg dan Baron dalam Wibowo (2014: 187) komitmen organisasi sebagai suatu tingkatan dimana individu mengidentifikasi dan terlibat

dengan organisasinya dan atau tidak ingin meninggalkannya. Adapun dimensi atau ukuran yang dapat memberikan pengukuran dalam komitmen organisasional yaitu komitmen afektif (*affective commitment*) (1), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) (2), komitmen normatif (*normative commitment*) (3). Komitmen organisasional sebagai sebuah keadaan psikologi yang mengkarakteristikkan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya yang mempengaruhi apakah karyawan akan tetap bertahan dalam organisasi atau tidak.

Menurut Ardana, dkk (2012: 135) Komunikasi interpersonal yang mampu terjalin dengan baik akan menumbuhkan rasa emosionalitas (kekeluargaan) sesama karyawan sehingga rasa saling memiliki dalam sebuah organisasi itu semakin besar. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara komunikasi interpersonal dengan komitmen organisasional yang bersifat positif dimana komunikasi antar pribadi (komunikasi interpersonal) yang berkualitas akan meningkatkan sikap atau perilaku loyalitas terhadap perusahaan (komitmen organisasional). Hal ini menandakan komunikasi yang berkualitas akan memberikan dampak baik pada perilaku loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dalam komunikasi interpersonal terdapat bentuk cara berkomunikasi yang menyangkut pada hubungan antar pribadi. Komunikasi yang berkualitas ini dapat memberikan keberhasilan pada komitmen organisasional dari munculnya bahasa atau pembawaan yang baik dan berkualitas terhadap antar karyawan. Peningkatan sikap positif (*supportiveness*) yang digunakan pada komunikasi interpersonal akan memberikan dampak pada komitmen normatif. Peningkatan rasa positif

(*supportiveness*) antar karyawan akan memberikan dampak baik pada komunikasi yang di bangun, dan akan menimbulkan perasaan yang mengharuskan untuk bertahan di organisasi tersebut (komitmen normatif), dan ini merupakan salah satu pengukuran dalam komitmen organisasional. Selanjutnya pada empati (*empathy*) yang dibangun secara berkualitas akan memberikan dampak baik pada tumbuhnya komitmen berkelanjutan dan komitmen afektif.

Organizational Citizenship Behavior Menurut Robbins dan Judge (2015: 53) fakta menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai karyawan yang memiliki OCB yang baik, akan memiliki kinerja yang lebih baik dari organisasi lain. Mohammad (2011: 2-28) Ada pun dimensi *organizational citizenship behavior* menurut Organ, Podsakof, dan Mackenzie (2006: 3) yaitu *altruism* (1), *conscientiousness* (2), *sportsmanship* (3), *courtesy* (4), *civic virtue* (5), *Organizational Citizenship Behavior* mencerminkan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh karyawan yang melampaui ketentuan minimum yang diharapkan oleh peran organisasi dan mempromosikan kesejahteraan rekan kerja, kelompok kerja dan perusahaan.

Hubungan antara komunikasi interpersonal dengan *organizational citizenship behavior* bersifat positif dimana peningkatan komunikasi antar pribadi (komunikasi interpersonal) yang baik akan meningkatkan inisiatif dalam membantu rekan kerjanya untuk mengerjakan tugas yang di luar dari kewajibannya (*Organizational Citizenship Behavior*). Hal ini selaras dengan pendapat para ahli yang menyatakan (Ali, Harahap, 2017) kepuasan komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi, adalah salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi *organizational citizenship behavior* (OCB). Hal ini menandakan komunikasi yang baik akan memberikan dampak baik pada sifat inisiatif antar sesama partner kerja. Dalam komunikasi interpersonal terdapat bentuk cara berkomunikasi yang menyangkut pada hubungan antar pribadi. Komunikasi yang berkualitas ini dapat memberikan keberhasilan pada *organizational citizenship behavior* dari munculnya sikap inisiatif dalam membantu rekan kerjanya. Peningkatan sikap positif (*positiveness*) yang digunakan pada komunikasi interpersonal akan memberikan dampak pada sikap toleransi terhadap kebijakan organisasi (*sportmanship*). Sikap yang positif dalam berfikir dan berperilaku yang dialih bentukan pada sikap positif (*positiveness*) akan lebih mudah untuk dimengerti dan akan meningkatkan *sportmanship* merupakan salah satu pengukuran dalam *organizational citizenship behavior*. Selanjutnya pada empati (*emphaty*) yang dibentuk secara berkualitas akan memberikan dampak baik pada peningkatan dalam menjaga hubungan baik dengan rekan kerja (*courtesy*).

Komitmen organisasional sebagai sebuah keadaan psikologi yang mengkarakteristikkan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya yang mempengaruhi apakah karyawan akan tetap bertahan dalam organisasi atau tidak. Adapun dimensi atau ukuran yang dapat memberikan pengukuran dalam komitmen organisasional yaitu komitmen afektif (*affective commitment*) (1), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) (2), komitmen normatif (*normative commitment*) (3).

(Mohammad 2011: 2-28) menyatakan *Organizational Citizenship Behavior* mencerminkan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh karyawan yang

melampaui ketentuan minimum yang diharapkan oleh peran organisasi dan mempromosikan kesejahteraan rekan kerja, kelompok kerja dan perusahaan. Ada pun dimensi *organizational citizenship behavior* yaitu *altruism* (1), *conscientiousness* (2), *sportsmanship* (3), *courtesy* (4), *civic virtue* (5).

Hubungan komitmen organisasional terhadap *organizational citizenship behavior* terdapat pada bagaimana membentuk dan menumbuhkan komitmen organisasi dalam mewujudkan visi misi organisasi terhadap karyawannya. Hal ini selaras dengan (Shweta dan Srirang, 2010) mengungkapkan yang mempengaruhi munculnya perilaku *organisasional citizenship behavior (OCB)* dalam suatu organisasi yaitu disposisi individu dan motif individu, kohesivitas kelompok, kepemimpinan, sikap anggota (komitmen organisasi) dan komunikasi interpersonal.

Peduli pada suatu organisasi (komitmen afektif) akan menimbulkan sikap totalitas karyawan dalam bekerja melebihi harapan organisasi (*conscientiousness*). Selanjutnya peningkatan perasaan yang mengharuskan bertahan di organisasi (komitmen normatif) akan meningkatkan perilaku dalam mendedikasikan pada organisasi (*civic virtue*). Disamping itu bila Perusahaan dalam melakukan komitmen organisasional berhasil dalam meningkatkan perasaan berat untuk meninggalkan organisasi (komitmen berkelanjutan) maka akan menimbulkan sikap menjaga hubungan baik dengan rekan kerjanya.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pokok permasalahan yang diajukan, tujuan penelitian, dan kajian pustaka yang dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian

adalah **“Komunikasi Interpersonal berpengaruh terhadap *Organizational Citizenship Behavior* melalui Komitmen Organisasional pada PERUMDA Air Minum Tirta Sukapura Kabupaten Tasikmalaya”**