

Buku Ajar

# HUMAN RELATIONS



SA'DIYAH EL ADAWIYAH

# HUMAN RELATIONS



## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **HUMAN RELATIONS**

**Sa'diyah El Adawiyah**

Editor:  
Retnowati W. D. T.



## **BUKU AJAR HUMAN RELATIONS**

**Sa'diyah El Adawiyah**

Editor

**Retnowati W. D. T.**

Desain cover

**Unggul Pebri Hastanto**

Tata letak :

**Dyah Wuri Handayani**

Ukuran :

**ix, 314, Uk: 14x20 cm**

ISBN :

**978-602-280-939-5**

ISBN Elektronik:

**978-623-209-111-5**

Cetakan Pertama:

**Februari 2019**

Hak Cipta 2019, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2019 by Deepublish Publisher**

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH**

**(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: [www.deepublish.co.id](http://www.deepublish.co.id)

[www.penerbitdeepublish.com](http://www.penerbitdeepublish.com)

E-mail: [cs@deepublish.co.id](mailto:cs@deepublish.co.id)

## KATA PENGANTAR

Dalam kehidupan sehari-hari interaksi diantara manusia akan selalu terjadi baik disengaja maupun tidak disengaja. Pola interaksi yang terjadi kadang berjalan dengan lancar, namun terkadang tidak lancar. Hal ini terjadi karna interaksi yang terjalin tidak berlandaskan penghargaan, penghormatan, kepuasan diantara kedua belah pihak.

Buku ini memberikan gambaran mengenai *Human Relations* (hubungan diantara manusia yang bersifat manusiawi). Hubungan antara pimpinan dengan karyawan. Suami dengan istri, mahasiswa dengan mahasiswa dan seterusnya. Bagaimana meng-*wong*-kan orang? Memahami manusia sebagai manusia? Mengatasi masalah yang dihadapi dalam berinteraksi dibahas dalam buku ini.

Buku ini juga membahas Konsep diri yang terdiri dari konsep diri negative dan konsep diri positif. Ketika seseorang mengalami kemunduran atau mengalami kegagalan atau kemunduran diperlukan dukungan dari orang lain sehingga orang tersebut termotivasi untuk bangkit dalam meningkatkan kinerja.

Di samping itu juga dalam buku ini membahas kepemimpinan dan konflik dan pemecahannya.

Akhirnya, saya sangat berterima kasih kepada Penerbit Deepublisher yang berkenan menerbitkan tulisan yang sederhana ini. Saya juga mengakui, masih banyak kekurangan dalam buku ini, karena saya hanyalah seorang manusia yang tidak luput dari kesalahan. Kesempurnaan hanyalah milik Allah Swt.

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
LATAR BELAKANG .....	vii
BAB 1     Konsep Dasar Human Relations .....	1
BAB 2     Teori Human Relations .....	23
BAB 3     Motif dan Motivasi dalam Human Relations.....	36
BAB 4     Faktor-Faktor Konsep Diri dalam Human Relations.....	86
BAB 6     Komunikasi Interpersonal.....	104
BAB 7     Komunikasi Non-Verbal dan Komunikasi Verbal dalam Human Relations.....	133
BAB 8     Kebudayaan dan Human Relations dalam Komunikasi Kelompok.....	173
BAB 9     Teknik Teknik Human Relations.....	216
BAB 10    Persepsi.....	239
BAB 11    Mendengar dan Merespons .....	254
BAB 12    Konflik dalam Human Relations .....	273
BAB 13    Kepemimpinan dalam Human Relations.....	288
DAFTAR PUSTAKA.....	302
PROFIL SINGKAT PENULIS .....	305

## LATAR BELAKANG

Kegiatan *Human Relations* telah terjadi sejak manusia terdiri dari lebih dari satu orang. Hal ini juga berarti bahwa *human relations* merupakan suatu gejala sosial yang hampir setara dengan hidup bermasyarakat. Sasaran material dari *human relations* adalah manusia dalam kehidupan bermasyarakat, sedangkan sasaran formilnya mencakup ruang lingkup hubungan antar manusia. Di dalam konsep ilmu pengetahuan disiplin ilmiah *human relations* termasuk dalam lingkungan ilmu-ilmu sosial dan mengalami perkembangan di bidang sosiologi, ilmu jiwa sosial, ilmu politik, dan manajemen. Perkembangannya maju dengan pesat setelah perang dunia kedua berakhir sejalan dengan perkembangan organisasi lembaga, perusahaan dan industri-industri raksasa maupun dalam lembaga pemerintahan yang menggunakan teknik manajemen yang akurat serta tepat guna. Berdasarkan dengan latar belakang tersebut maka tidaklah mengherankan apabila kegiatan *human relations* banyak dikembangkan dalam dunia lembaga, perusahaan, industri, pemerintah maupun bisnis dan *public administration*.

Dewasa ini, baik perusahaan maupun organisasi sosial semakin berorientasi pada masyarakat luas, untuk itu diperlukan strategi yang tepat, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk Sumber Daya



Manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, selain itu perusahaan atau organisasi sangat penting untuk memberikan kondisi lingkungan yang membuat karyawan atau anggota nyaman saat bekerja sehingga dapat menciptakan kelompok kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya akan membentuk sikap perilaku karyawan atau anggota sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai.

Dalam mewujudkan tercapainya tujuan sebuah organisasi perlu didukung oleh semua pihak dalam organisasi, pihak-pihak yang dimaksud adalah para manager atau pimpinan organisasi dan para bawahan atau karyawan. Dengan demikian berarti sebuah organisasi atau perusahaan harus mampu menciptakan suasana sinkron dan kondusif, dimana pimpinan organisasi mampu bekerjasama dengan karyawan serta mengarahkan tujuan organisasi secara efektif sehingga para karyawan merasakan bahwa tujuan tersebut merupakan tujuan mereka atau tujuan bersama.

Ketika suatu organisasi atau perusahaan didirikan, harapan yang ingin dicapai adalah mendapatkan kesuksesan dalam setiap langkah dan tindakan yang dilakukan sehingga pada akhirnya akan tetap bertahan (*survive*) dalam jangka waktu lama. Akan tetapi saat ini perkembangan dan perubahan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh organisasi cepat berubah dan tidak dapat diprediksi.

Persaingan dan perubahan yang begitu cepat terjadi menuntut upaya-upaya terobosan perusahaan atau institusi secara proaktif mengkonsolidasikan diri dalam rangka penguatan keunggulan bersaing. Untuk dapat unggul dalam bersaing dan tetap bertahan, maka perusahaan harus adaptif dan lebih fleksibel. Hal ini seringkali menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan dalam perusahaan itu sendiri. Perubahan yang terjadi tidak akan berjalan lancar apabila tidak adanya niat baik, hubungan diantara manusia (*human relations*) dan pembagian tugas (*job description*) dari orang-orang yang ada didalam organisasi, baik itu pada tingkat manajer maupun para karyawan.

Hubungan antar manusia (*human relations*) adalah komunikasi antar pribadi yang manusiawi, berarti komunikasi yang telah memasuki tahap psikologis yang komunikator dan komunikasinya saling memahami pikiran, perasaan dan melakukan tindakan bersama. Ini juga berarti bahwa apabila kita hendak menciptakan suatu komunikasi yang penuh dengan keakraban yang didahului oleh pertukaran informasi tentang identitas dan masalah pribadi yang bersifat sosial.

Dalam hubungannya dengan manajemen sumber daya manusia, komunikasi yang dalam hal ini *human relations* bukan hanya sekedar berarti pengiriman dan penerimaan pesan, tetapi lebih jauh dari itu, human relations juga bertujuan mengembangkan potensi sumber daya manusia. Sesuai dengan tujuan tersebut, pengem-

bangun potensi pegawai dalam suatu pemerintahan tidak akan terlepas dari upaya peningkatan motivasi dan prestasi kerja seorang pegawai.

Seorang pegawai yang termotivasi baik, akan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap keefektifan organisasinya. Jika seorang pegawai termotivasi dengan baik, maka akan menunjukkan suatu pemerintahan yang berjalan efektif dan hal ini merupakan kunci sukses bagi seorang atasan dalam membina perusahaan/ lembaga/ pemerintahan yang dipimpinnya.

Secara sekilas *human relations* terlihat sebagai suatu hal yang biasa dan mudah dilakukan, tetapi sebenarnya tidaklah demikian adanya. *Human relations* adalah suatu hal yang dinamis dan tidak terlepas dari faktor manusia. Hubungan kerja antara atasan dengan bawahan misalnya. Komunikasi, tugas, dan tanggung jawab atau pendelegasian wewenang akan sangat sulit dilakukan jika tidak dibarengi dengan proses *human relations* yang baik.

Disadari atau tidak, *human relations* dapat memberi pengaruh-pengaruh positif terhadap motivasi kerja seseorang. Teknik-teknik yang kurang tepat yang digunakan oleh seorang atasan dalam berkomunikasi dengan bawahannya (komunikasi vertikal) akan berakibat menurunnya motivasi kerja bawahannya. Hal ini dapat terjadi karena motivasi berhubungan erat dengan implikasi-implikasi yang diterima sebagai hasil suatu komunikasi. Adapun komunikasi horizontal dalam

berkomunikasi yaitu berupa koordinasi tugas, penyelesaian masalah, pembagian informasi, dan resolusi konflik.

Peran *human relations* sangat menentukan aktivitas organisasi dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, human relations harus memiliki evaluasi prestasi kerja bagi seluruh orang-orang yang ada di dalam organisasi, sehingga organisasi tersebut dapat mengetahui sejauh mana tingkat pencapaian prestasinya dan hal ini dapat dijadikan tolak ukur untuk pemberian kompensasi, pengembangan potensi diri serta perbaikan lingkungan kerja dalam melakukan inovasi yang akhirnya akan meningkatkan motivasi dan juga meningkatkan prestasi kerjanya, maka organisasi harus memberikan insentif atau membuat kebijakan tertentu dalam rangka memotivasi pegawainya, agar dapat memberikan kontribusi balikan kepada organisasi, yaitu berupa prestasi kerja yang tinggi.

# **BAB 1**

## **KONSEP DASAR HUMAN RELATIONS**

### **A. Pengertian Human Relations**

Menterjemahkan arti kata '*Human Relations*'. Secara harfiah terjemahannya adalah hubungan antar manusia, ini tidaklah salah tetapi terjemahan ini tidak mengandung makna *human relations* yang sebenarnya, sebab titik berat *human relations* adalah pada '*human-nya*' atau manusianya. Faktor manusia dalam relations ini bukan dalam wujudnya, melainkan sifat-sifat, watak, tingkah laku, atau aspek psikologis lainnya pada diri manusia.

Dalam suatu manajemen atau suatu lingkungan kerja, *human relations* diperlukan, mulai dari tingkat management level atas sampai pada tenaga pelaksana, terlepas dari kedudukan dan jabatan mereka. Hal ini bertujuan untuk saling mempererat rasa persaudaraan dan mendapatkan suatu kepuasan dari apa yang telah mereka kerjakan. Selain itu, *human relations* diperlukan dalam dunia bisnis dan industri, karena mempelajari bagaimana orang dapat berkerja dengan efektif dalam kelompoknya, sehingga menimbulkan suatu keputusan, dalam pencapaian tujuan organisasi maupun pencapaian tujuan personal. Suatu yang merupakan kunci dari keseluruhan bisnis, yaitu kepuasan bagi organisasi, kelompok, perusahaan, dan perorangan.

## **BAB 2**

### **TEORI HUMAN RELATIONS**

Komunikasi Antar Pribadi (*Inter Personal Communication*) yaitu komunikasi antara individu-individu (LittleJohn, 1999). Melibatkan hanya 2 orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik non verbal atau verbal.

Joseph A deVito mendefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi dimana informasi tentang diri yang biasanya disimpan atau disembunyikan di komunikasi kepada orang lain menjadikan dirinya sengaja diketahui pihak lain.

#### **A. Teori Self Disclousure**

##### **Asumsi Dasar**

*Self Disclousure Theory* atau juga yang biasa disebut teori pengembangan diri adalah proses sharing atau berbagi informasi dengan orang lain. Informasinya menyangkut pngalaman pribadi, rencana masa depan, impian, dan lain-lain. Kunci suksesnya adalah kepercayaan. Kepercayaan Merupakan tindakan interpersonal. Sebuah proses berbagi informasi dengan orang lain. Informasinya menyangkut masalah pribadi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, hafied. 2004. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta:PT. Raja grafindo Persada.
- Devit, Joseph, A. 1997. *Komunikasi antarmanusia, kuliah dasar* Jakarta: Professional book
- Donelly, Gibson ivancevich. 1985. *Organisai Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Dwi, Riyanti B. P, dkk. 1996. Psikologi umum 1. Jakarta: Gunadarma
- Efendy, Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- \_\_\_\_\_. 1994, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, Bandung, Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Feist, jess dan Feist, Gregory. J. 2011. Teori kepribadian, edisi 7. Jakarta: Salemba Humanika
- Fisher, Simon et all. 2000. Mengelola Konflik: Keterampilan & Strategi untuk Bertindak (edisi bahasa Indonesia) Jakarta: The British Council, Indonesia.
- Harrell, A. M. /Stahl, M. J. (1984): *McClelland's Trichotomy of Needs Theory and the Job Satisfaction and Work Performance of CPA Firm Professionals. Accounting,*

*Organizations and Society. Volume 9, Issues 3–4, 1984, Pages 241–252*

Hendriks, William. 2001. *Bagaimana Mengelola Konflik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lilly, J. D. , Duffy, J. A. , Virick, M (2006) “A gender-sensitive study of McClelland’s needs, stress, and turnover intent with work-family conflict”, *Women In Management Review*, Vol. 21 Iss: 8, pp. 662 – 680.

Luthans F. 1981. *Organizational Behavior*. Singapore: Mc Graw Hill.

Minnery, John R. 1985. *Conflict management in urban planning*. England: Gower Publishing Company Limited.

Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

———. 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi antarbudaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Rachmat, Jalaluddin. 1994, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

———. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya

Robbins dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*. terj. Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat



## PROFIL SINGKAT PENULIS

**S**a'diyah El Adawiyah adalah Dosen Tetap Ilmu Komukasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ). Menyelesaikan studi di FISIP UMJ dan Pascasarjana IPB. Beberapa buku yang ditulis: Sinetron dalam Sudut Pandang Komunikasi Islam (2014), Survei Citra Anggota DPR RI Perempuan (2014), Indonesian Shadow Report on EFA'S Goals (tim Penulis 2014).



Hubungan antarmanusia (*human relations*) adalah komunikasi antar pribadi yang manusiawi, berarti komunikasi yang telah memasuki tahap psikologis yang komunikator dan komunikasinya saling memahami pikiran, perasaan dan melakukan tindakan bersama. Ini juga berarti bahwa apabila kita hendak menciptakan suatu komunikasi yang penuh dengan keakraban yang didahului oleh pertukaran informasi tentang identitas dan masalah pribadi yang bersifat sosial.

Dalam hubungannya dengan manajemen sumber daya manusia, komunikasi yang dalam hal ini *human relations* bukan hanya sekedar berarti pengiriman dan penerimaan pesan, tetapi lebih jauh dari itu, human relations juga bertujuan mengembangkan potensi sumber daya manusia. Sesuai dengan tujuan tersebut, pengembangan potensi

pegawai dalam suatu pemerintahan tidak akan terlepas dari upaya peningkatan motivasi dan prestasi kerja seorang pegawai.

Titik sentral dalam *human relations* adalah manusia. Titik sentral *human relations* dalam suatu organisasi adalah karyawan. Manusia dalam hal ini karyawan harus ditinjau dari sisi manusiawinya.

Buku Ajar

# HUMAN RELATIONS

SA'DIYAH EL ADAWIYAH

Kegiatan *Human Relations* telah terjadi sejak manusia terdiri dari lebih dari satu orang. Hal ini juga berarti bahwa *human relations* merupakan suatu gejala sosial yang hampir setua dengan hidup bermasyarakat. Sasaran material dari *human relations* adalah manusia dalam kehidupan bermasyarakat, sedangkan sasaran formilnya mencakup ruang lingkup hubungan antar manusia. Di dalam konsep ilmu pengetahuan disiplin ilmiah *human relations* termasuk dalam lingkungan ilmu-ilmu sosial dan mengalami perkembangan di bidang sosiologi, ilmu jiwa sosial, ilmu politik, dan manajemen.

Menterjemahkan arti kata '*Human Relations*'. Secara harfiah terjemahannya adalah hubungan antar manusia, ini tidaklah salah tetapi terjemahan ini tidak mengandung makna *human relations* yang sebenarnya, sebab titik berat *human relations* adalah pada 'human-nya' atau manusianya. Faktor manusia dalam *relations* ini bukan dalam wujudnya, melainkan sifat-sifat, watak, tingkah laku, atau aspek psikologis lainnya pada diri manusia.



**Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)**  
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman  
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581  
Telp/Fax : (0274) 4533427  
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)  
cs@deepublish.co.id @penerbitbuku\_deepublish  
Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Human Relation

ISBN 978-623-209-111-5



9 786232 091115