

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pusataka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan dan penting untuk diamati terlebih dulu sebelum melakukan sebuah penelitian. Karena studi penelitian terdahulu adalah bahan acuan yang akan membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar. Tentunya studi terdahulu tersebut harus yang relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Berdasarkan studi pustaka, berikut ini peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang memiliki konteks serupa dengan peneliti.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Uraian	Peneliti		
	Riri Ridwan	Suryo Heriawan	Muhamad Mahatir
UNIVERSITAS/ PROGRAM STUDI	Universitas Komputer Indonesia /Ilmu komunikasi	Universitas Muhamadiyah Surakarta/Ilmu komunikasi	<i>Journal</i> Universtitas Riau/ Ilmu komunikasi
TAHUN	2017	2016	2015

Uraian	Peneliti		
	Riri Ridwan	Suryo Heriawan	Muhamad Mahatir
JUDUL	Pola Komunikasi Organisasi Tiger Association Bandung (tab) (studi deskriptif mengenai pola komunikasi organisasi tiger association bandung (tab) dalam mempertahankan solidaritas antar anggotanya)	Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Scooter “Vespa” Dalam Menjalin Hubungan Solidaritas (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Ikatan Scooter Wonogiri Di Wonogiri)	Pola Komunikasi Komunitas Laskar Sepeda Tua Pekanbaru Dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok
METODE	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
HASIL	Hasil penelitian menunjukkan proses komunikasi dimana dalam organisasi Tiger Association Bandung menggunakan proses komunikasi primer atau secara langsung bertatap muka dan proses komunikasi secara sekunder atau menggunakan media untuk berkomunikasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pola yang sering digunakan oleh Ikatan Scooter Wonogiri (ISWI) adalah pola komunikasi diadik, yaitu pendekatan personal masing-masing anggotanya	Dalam mempertahankan solidaritas kelompok komunitas sering mengadakan berbagai kegiatan baik itu kegiatan sosial maupun kegiatan sekedar mempererat hubungan antar sesama anggota, adapun kegiatan sosial yang sering diadakan

Uraian	Peneliti		
	Riri Ridwan	Suryo Heriawan	Muhamad Mahatir
			komunitas adalah kegiatan menanam pohon, pencabutan paku di pohon dan lainlain.
PERBEDAAN	<p>Pada Penelitiannya Riri Ridwan objek penelitian yang digunakan adalah Organisasi <i>Tiger Assication</i> Bandung. Sedangkan pada peneltian ini, Objek penelitian peneliti adalah <i>Hanlove</i></p>	<p>Pada penelitiannya menggunakan teori fungsional komunikasi kelompok (Morisson, 2009: 141) memandang proses sebagai instrumen yang digunakan kelompok untuk mengambil keputusan dengan menekankan hubungan antara kualitas komunikasi dan kualitas keluaran (output) kelompok sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori jaringan.</p>	<p>Pada penelitiannya menggunakan teroi dari Menurut Johnson & Johnson (2002), (dalam Derry (2005:57) yaitu Analisis interaksi, Hirarki komunikasi, Jaringan komunikasi. Sndangkan dalam penelitian ini peneltii menggunakan Teori Jaringan, (GoldHaber, 2009;122)</p>

Sumber Peneliti, 2020

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Seperti halnya makan dan minum, manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya amat penting bagi kehidupan manusia. Namun kita sering melupakan betapa besar peranannya, sejak lahir manusia telah melakukan komunikasi dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk membina komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya, dimana komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Communication* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi juga didefinisikan secara luas sebagai “berbagi pengalaman”. (Mulyana, 2005:41-42)

Beberapa para ahli lainnya mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Sebagaimana menurut Gerald A Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Teori dan Praktek” menjelaskan bahwa:

“In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmit a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latter’s behavior.”
(Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keprilakuan

sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2003:49)

Lalu kemudian definisi menurut Everett M. Rogers & Lawrence, menyebutkan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu dengan yang lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Wiryanto, 2004:6)

Definisi-definisi sebagaimana yang dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

2.1.2.2. Proses Komunikasi

Sebuah komunikasi tidak terlepas dari sebuah proses. Oleh karena itu menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya, perasaan bias merupakan keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Proses komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi” adalah :

1. Proses Komunikasi secara primer
2. Proses komunikasi secara sekunder
3. Proses komunikasi secara linear
4. Proses komunikasi secara sirkular (Effendy, 2003:33-40)

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia akan melakukan komunikasi dengan individu lainnya dalam segala situasi. Mereka berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan komunikasi tersebut, ada beberapa unsur yang patut dipahami. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya berjudul “**Dinamika Komunikasi**”, bahwa dari berbagai penjelasan komunikasi yang telah ada, terdapat sejumlah unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Komunikator**, adalah orang yang menyampaikan pesan.
- b. **Pesan**, adalah pernyataan yang didukung oleh lambang.
- c. **Komunikan**, adalah orang yang menerima pesan.
- d. **Media**, adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila dikomunikasikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- e. **Efek**, adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2008:6)

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Arnold dan Bowers (1984) dalam buku Agus Hermawan yang berjudul “**Komunikasi Pemasaran**” mengemukakan bahwa:

“Ada empat tujuan atau motif komunikasi yang perlu dikemukakan disini. Motif dan tujuan ini tidak perlu dikemukakan secara sadar, pihak-pihak yang terlibat pun juga tidak perlu menyepakati tujuan komunikasi mereka. Tujuan dapat disadari ataupun tidak, dapat dikenali ataupun tidak. Selanjutnya, meskipun teknologi komunikasi berubah dengan cepat dan drastis (misalnya, kita mengirimkan surat elektronik/e-mail melalui komputer) tujuan komunikasi pada dasarnya tetap sama, bagaimanapun hebatnya revolusi elektronika dan revolusirevolusi lain yang akan datang”. (Hermawan, 2012:10)

Berikut adalah 4 tujuan komunikasi yang dikatakan oleh Arnold dan Bowers dalam buku Agus Hermawan yang berjudul “Komunikasi Pemasaran” :

1. **Menemukan**, salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila berkomunikasi dengan orang lain, berarti belajar mengenal diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi diri sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah dipelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama proses komunikasi, khususnya dalam perjumpaan-perjumpaan antar pribadi. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri kepada orang lain, kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dari perjumpaan seperti ini kita menyadari, misalnya bahwa perasaan kita ternyata tidak jauh berbeda dengan perasaan orang lain. Pengukuhan positif ini membantu kita merasa “normal”. Dengan berkomunikasi kita

dapat memahami diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara secara lebih baik. Tetapi, komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar, dunia yang dipenuhi objek, peristiwa, dan manusia lain. (Hermawan, 2012:10)

2. **Untuk Berhubungan**, salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). Kita ingin merasa dicintai dan disukai, dan kemudian kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan *energy* komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial. (Hermawan, 2012:11)
3. **Untuk meyakinkan**, media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Dalam perjumpaan antar pribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Kita berusaha mengajak mereka melakukan sesuatu, mencoba cara diet baru, membeli produk tertentu, menonton film, membaca buku, mengambil mata kuliah tertentu, meyakini bahwa sesuatu itu salah atau benar, menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya. Daftar ini bisa sangat panjang. Memang, hanya sedikit dari komunikasi antar pribadi kita yang tidak berupaya mengubah sikap atau perilaku. (Hermawan, 2012:11)

4. **Untuk Bermain**, kita menggunakan banyak perilaku kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, music dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula banyak perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain (menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik). Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya komunikasi ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain. (Hermawan, 2012:12)

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “**Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi**” adalah :

1. Menginformasikan (*to inform*)

Maksudnya adalah memberikan informasi kepada khalayak atau masyarakat, memberitahukan mengenai kejadian ataupun peristiwa yang terjadi.

2. Mendidik (*to edicated*)

Maksudnya adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan adanya komunikasi manusia dapat menyampaikan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain dapat mendapatkan informasi sekaligus ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Maksudnya adalah selain komunikasi berguna untuk menyampaikan informasi dan juga sebagai sarana pendidikan dan juga mempengaruhi komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Maksudnya adalah komunikasi dapat mempengaruhi setiap individu, mempengaruhi satu dengan yang lainnya, dan merubah sikap juga tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy, 2003:55)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi sangat dibutuhkan oleh manusia guna untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi, sama halnya dengan perusahaan. Berbagai pihak dalam sebuah perusahaan pasti membutuhkan informasi yang berhubungan dengan tugas dan kepentingan mereka. Informasi yang disampaikan oleh pimpinan perusahaan kepada bawahan secara bertahap sesuai dengan struktur organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Khomsahrial Romli dalam bukunya “Komunikasi Organisasi Lengkap” menyatakan bahwa: “Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu.”(Romli, 2011:2)

Dalam dunia organisasi, komunikasi menjadi sesuatu yang sangat penting, karena dengan adanya komunikasi dalam sebuah organisasi dapat memunculkan

sebuah pengertian dan perhatian antara karyawan dengan atasannya, begitu juga sebaliknya. Komunikasi merupakan inti dari proses kerja sama yang terjadi dalam perusahaan tersebut. Baik buruknya perusahaan, dapat ditentukan oleh komunikasi.

Menurut Himstreet dan Baty dalam bukunya Purwanto yang berjudul “**Komunikasi Bisnis**” adalah :

“Komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Tujuan dari komunikasi adalah menciptakan dan saling memberi pengertian (understanding) antara sesama komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima), mengandung kebenaran, lengkap, mencakup keseluruhan hal yang menarik dan nyata.” (Purwanto, 2011:4)

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri, dalam bukunya Poppy Ruliana yang berjudul “**Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus**”, ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus, berikut ini adalah penjelasan dari fungsi komunikasi umum dan khusus :

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan dan memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.

- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan dikerjakan dan dirasakan oleh organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana, memanfaatkan, sumber, daya, manusia, mesin.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di sebuah “komando”.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani “relasi” antara sesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani keputusan-keputusan dalam keadaan yang ambigu dan tidak pasti.
(Ruliana, 2014:373-374).

2.1.3.3. Arah Aliran Komunikasi Organisasi

Terdapat beberapa arus komunikasi organisasi Pace & Faules dalam bukunya yang berjudul “**Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan**” mengemukakan bahwa didalam Komunikasi Organisasi terdapat 4 dimensi komunikasi yaitu:

1. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ke atas (*Upward Communication*) adalah komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah untuk penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan dan juga penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

- a. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*).
- b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job retionnale*).
- c. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*).
- d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

(Pace, 2006:24)

2. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi ke bawah (*Downward Communication*) adalah komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah ini adalah: pemberian atau

penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*), penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job retionnale*), untuk penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*) dan juga sebagai pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

- a. Penyampaian informai tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan.
- b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.
- c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
- d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya. (Pace, 2006:24)

3. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal adalah komunikasi yang berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah untuk memperbaiki koordinasi tugas, sebagai upaya pemecahan masalah, saling membagi informasi, sebagai upaya pemecahan konflik dan juga untuk membina hubungan melalui kegiatan bersama.

Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah:

- a. Memperbaiki koordinasi tugas
- b. Upaya pemecahan masalah
- c. Saling berbagi informasi
- d. Upaya pemecahan konflik
- e. Membina hubungan melalui kegiatan Bersama (Pace, 2006:25)

4. Komunikasi Lintas Saluran (*Interline Communication*)

Komunikasi lintas saluran (*Interline Communication*) adalah tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staff biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas. (Pace, 2006:25).

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi adalah dasar dari setiap hubungan antar elemen dalam mencapai suatu tujuan dalam sebuah kelompok. Dalam ruang lingkup kelompok, komunikasi tidak bisa di lepaskan dalam setiap kegiatannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.1.4.1. Definisi komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah “Suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada

tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil” (Mulyana, 2007:6). Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. Karena kelak dapat berpengaruh terhadap proses perkembangan individu dalam kelompok.

Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Sekelompok orang yang menjadi komunikan itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil (*small group communication*).

Jika jumlahnya banyak yang berarti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Sehubungan dengan itu sering timbul pertanyaan, yang termasuk komunikasi kecil itu jumlah komunikannya berapa orang, demikian pula komunikasi kelompok besar. Apakah 100 orang atau 200 orang itu termasuk kelompok kecil atau kelompok besar. Secara teoritis dalam ilmu komunikasi untuk membedakan komunikasi kelompok kecil dari komunikasi kelompok besar tidak didasarkan pada jumlah komunikan dalam hitungan secara matematik, melainkan pada kualitas proses komunikasi. Pengertian kelompok disitu tidak berdasarkan pengertian psikologis, melainkan pengertian komunikologis.

2.1.4.2. Ciri Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesannya kepada pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lain. Menurut Onong Uchjana Effendy menjelaskan sebagai berikut :

Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Komunikan akan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator. Ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil ialah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular. Umpan balik terjadi secara verbal (Effendy, 2003:45).

Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dapat menyanggah bila tidak setuju, dan lain sebagainya. Maka, umumnya komunikasi kelompok kecil bisa memberikan pandangan dan pendapat tentang argumen dari komunikator secara langsung.

2.1.4.3. Ciri Komunikasi Kelompok Besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikan, dan prosesnya berlangsung secara linier. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa di sebuah lapangan.

Komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama status sosialnya), maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen, mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis

kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya. Proses komunikasi kelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan (Effendy, 2003:75-78).

Komunikasi yang linier dari komunikasi kelompok besar bisa mempengaruhi secara langsung karena membicarakan tentang keadaan objektif serta pesan yang disampaikan mempunyai perhatian dan menyentuh perasaan komunikan. Artinya, proses ini dijadikan proses mempengaruhi secara luas pada komunikan tanpa batasan dan tentunya pesan yang disampaikan dari komunikator lebih otoriter.

2.1.4.4. Fungsi Komunikasi Kelompok

Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh Pratikto dalam Deddy Mulyana ada empat fungsi kelompok yaitu :

1. Hubungan sosial, merupakan suatu bentuk interaksi yang dibangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal satu sama lainnya. Sehingga kelompok ini mampu membangun hubungan sosial secara internal dan eksternal.
2. Pendidikan, memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.
3. Persuasif, cara dalam berkomunikasi kelompok harus mengandung persuasif atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Serta memberikan komunikasi persuasif untuk memberikan pendapat dan argument dari komunikator.

4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan (Mulyana, 2007:67).

Beberapa fungsi komunikasi kelompok memberikan pemahaman bahwa dalam kelompok tersebut harus mempunyai hubungan sosial, pendidikan, persuasif, dan *problem solving* dengan tujuan kelompok mempunyai dinamika dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Sehingga, fungsi ini mengikat anggota secara emosional ketika anggota berada di suatu kelompok.

2.1.5 Tinjauan Tentang Proses Komunikasi Organisasi

Proses merupakan “Suatu rangkaian dari langkah-langkah atau tahap-tahap yang harus dilalui dalam usaha pencapaian tujuan. Proses Komunikasi merupakan rangkaian dari langkah-langkah atau tahap-tahap yang harus dilalui dalam pengiriman informasi”(Wursanto,2007:154).

Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyebutkan bahwa proses komunikasi terbagi menjadidua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder, yaitu:

- a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain

sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2009 : 11.16).

2.1.6 Tinjauan Tentang Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Seringkali dijumpai dalam suatu organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi. Robbins meringkas beberapa hambatan komunikasi sebagai berikut :

a. Penyaringan (*Filtering*)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim pesan sehingga tampak lebih bersifat menyenangkan si penerima pesan. Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah dan salah.

b. Persepsi Selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana si penerima pesan didalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang

pengalaman, dan ciriciri pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain. Dalam hal cara menafsirkan pesan – pesan tadi, maka pengalaman, pendidikan, pengetahuan, dan budaya akan ikut menentukan. Oleh karenanya persepsi yang demikian ini dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.

c. Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang disaat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika dia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

d. Pemaknaan Bahasa

Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang, atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata. (Robbins dalam Masmuh, 2010 : 80-82)

2.1.7 Tinjauan Pola Komunikasi

“Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami” (Djamarah, 2004:1).

“Dimensi pola komunikasi terdiri dari dua macam, yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial yang mempunyai arah hubungan yang berlainan” (Sunarto, 2006:1)

Pola komunikasi menurut Suranto (2010:116) adalah suatu kecenderungan gejala umum yang menggambarkan cara berkomunikasi

yang terjadi dalam kelompok sosial tertentu. Organisasi Paguyuban Tour Leader Bandung misalnya, mereka memiliki cara – cara khusus dalam berinteraksi sehingga membentuk pola komunikasi dengan karakteristik tertentu sebagai produk hasil dari interaksi yang mereka lakukan.

a. Pola Komunikasi Satu Arah

Komunikasi satu arah merupakan pola komunikasi yang hanya melihat bagaimana suatu pesan ditransmisikan dari seorang komunikator ke komunikan dengan tujuan tertentu tanpa memedulikan umpan balik sehingga proses komunikasi bersifat linear. Konsep komunikasi satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.

b. Pola Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi timbal balik yang terjadi dua arah. Seorang sumber tidak hanya menjadi komunikator tapi juga komunikan pada kondisi tertentu. Adanya umpan balik dari penerima pesan, membuat komunikator juga berperan sebagai komunikan. Penerima pesan tidak dianggap pasif hanya dengan menerima informasi atau pesan namun juga melakukan reaksi terhadap pesan tersebut yang selanjutnya dinamakan umpan balik.

c. Komunikasi Multi Arah

Pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam suatu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan

komunikasikan akan saling bertukar pikiran secara logis. (Pace dan Faules, 2002:171) Pola komunikasi terjadi dalam penyebaran pesan yang berurutan. Pace dan Faules mengemukakan bahwa penyampaian pesan berurutan merupakan bentuk komunikasi utama. Penyebaran informasi berurutan meliputi perkuasan bentuk penyebaran diadik, jadi pesan disampaikan dari Si A kepada Si B kepada Si C kepada Si D kepada Si E dalam serangkaian transaksi dua-orang. Dalam hal ini setiap individu orang ke 1 (satu) (sumber pesan), mula-mula menginterpretasikan pesan yang diterimanya dan kemudian meneruskan hasil interpretasinya kepada orang berikutnya dalam rangkaian tersebut. (Pace dan Faules, 2002: 172)

Disini kita mulai melihat bagaimana proses komunikasi menciptakan struktur sistem. Bagaimana orang merespon satu sama lain menentukan jenis hubungan yang mereka miliki.

Penyebaran pesan berurutan memperlihatkan pola “siapa berbicara kepada siapa”. Penyebaran tersebut mempunyai suatu pola sebagai salah satu ciri terpentingnya. Bila pesan disebarkan secara beruntun, penyebaran informasi berlangsung dalam waktu yang tidak beraturan, jadi informasi tersebut tiba di tempat yang berbeda dan pada waktu yang berbeda pula. Individu cenderung menyadari adanya informasi pada waktu yang berlainan. Karena adanya perbedaan dalam menyadari informasi tersebut, mungkin timbul masalah koordinasi. Adanya keterlambatan dalam penyebaran informasi akan menyebabkan informasi itu sulit digunakan

untuk membuat keputusan karena ada orang yang belum memperoleh informasi. Bila jumlah orang yang harus diberi informasi cukup banyak, proses berurutan memerlukan waktu yang lebih lama lagi untuk menyamakan informasi kepada mereka (Pace dan Faules, 2002: 173) Dalam pola-pola komunikasi terdapat dua pola yang berlainan, yaitu pola roda dan lingkaran. Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang yang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota lainnya. Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui jenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang anggota pun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan. Hasil penelitian pola lingkaran menyatakan bahwa kedua pola ini menghasilkan konsekuensi yang berbeda.

2.1.8 Tinjauan tentang Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Soenarno (2002:23), Definisi Komunitas adalah

sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

Pengertian Komunitas Menurut Kertajaya Hermawan (2008), adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. Loren O. Osborn dan Martin H. Neumeier (1984 : 59) Menyatakan bahwa :

“Pada dasarnya setiap orang itu lahir dalam suatu keluarga, dan pada mulanya dia tidak Mengetahui bahwa ia merupakan anggota dari suatu ketetanggaan. Akan tetapi, apabila dia mulai dapat berjalan serta bermain, maka dia akan bermain dengan anakanak tetangga atau beberapa dari antara mereka. Dalam perkembangan selanjutnya, dia akan mengetahui bahwa ia tinggal dalam suatu kampung atau suatu desa atau juga dalam suatu kota. Pada tahap selanjutnya dia akan mengetahui pula bahwa dia merupakan anggota suatu bangsa atau suatu negara”.

Deskripsi tersebut di atas menunjukkan bahwa seseorang itu dapat merupakan anggota dari beberapa kelompok; dan kecuali keluarga (sebagai *primary group*) kesemuanya mungkin dapat dikategorikan sebagai *community* atau komunitas. Loren O. Osborn dan Martin H. Neumeier (1984 : 59) menyatakan bahwa komunitas adalah “*a group of a people having in a contiguous geographic area, having common centers interests and activities, and functioning together in the chief concern of life*”.

Dengan demikian suatu komunitas merupakan suatu kelompok sosial yang dapat dinyatakan sebagai “masyarakat setempat”, suatu kelompok yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas tertentu pula, dimana

kelompok itu dapat memenuhi kebutuhan hidup dan dilingkupi oleh perasaan kelompok serta interaksi yang lebih besar di antara para anggotanya.

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. (Wenger, 2002: 4). Menurut Crow dan Allan, Komunitas dapat terbagi menjadi 2 komponen:

1. Berdasarkan Lokasi atau Tempat Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis.
2. Berdasarkan Minat Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan kelainan seksual.

Proses pembentukannya bersifat horisontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara. Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002:22). Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama, adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki

cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

Menurut Vanina Delobelle , definisi suatu komunitas adalah group beberapa orang yang berbagi minat yang sama, yang terbentuk oleh 4 faktor, yaitu:

1. Komunikasi dan keinginan berbagi : Para anggota saling menolong satu sama lain.
2. Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu
3. Ritual dan kebiasaan: Orang-orang datang secara teratur dan periode
4. *Influencer* : *Influencer* merintis sesuatu hal dan para anggota selanjutnya

Vanina juga menjelaskan bahwa komunitas mempunyai beberapa aturan sendiri, yaitu:

1. Saling berbagi : Mereka saling menolong dan berbagi satu sama Lain dalam komunitas.
2. Komunikasi: Mereka saling respon dan komunikasi satu sama lain.
3. Kejujuran: Dilarang keras berbohong. Sekali seseorang berbohong, maka akan segera ditinggalkan.
4. Transparansi: Saling bicara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan sesuatu hal.
5. Partisipasi: Semua anggota harus disana dan berpartisipasi pada acara bersama komunitas.

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang

erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values* (Kertajaya Hermawan, 2008:65). Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002:22).

Ada demikian banyak defenisi komunitas ditemukan dalam literatur. George Hillery Jr (dikutip oleh Fredian Tonny, 2003:23) pernah mengidentifikasi sejumlah besar defenisi, kemudian menemukan bahwa kebanyakan defenisi tersebut memfokuskan makna komunitas sebagai:

1. *the common elements of area;*
2. *common ties;* dan
3. *social interaction.*

Kemudian, George merumuskan pengertian komunitas sebagai “*people living within a specific area, sharing common ties, and interacting with one another*” (orang-orang yang hidup di suatu wilayah tertentu dengan ikatan bersama dan satu dengan yang lain saling berinteraksi). Sementara itu, Christensson dan Robinson (seperti dikutip oleh Fredian Tonny, 2003:22) melihat bahwa konsep komunitas mengandung empat komponen, yaitu:

1. *people*
2. *place or territory*
3. *social interaction*
4. *psychological identification.*

Sehingga kemudian mereka merumuskan pengertian komunitas sebagai “*people the live within a greographically bounded are who are involved in social*

interction and have one or more psychological ties with each other an with the place in which they live” (orang-orang yang bertempat tinggal di suatu daerah yang terbatas secara geografis, yang terlibat dalam interaksi sosial dan memiliki satu atau lebih ikatan psikologis satu dengan yang lain dan dengan wilayah tempat tinggalnya).

Komunitas yaitu yang menunjuk pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (geografis) dengan batas-batas tertentu dan faktor utama yang menjadi dasar adalah interaksi yang lebih besar di antara anggotanya, dibanding dengan penduduk di luar batas wilayahnya. Soekanto (1990)

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama, dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. *Community* (masyarakat) merupakan bagian kelompok dari masyarakat (*society*) dalam lingkup yang lebih kecil, serta mereka lebih terkait oleh tempat (territorial) (Fairi,et al.1980;52n)

Menurut Soerjono soekanto, istilah *community* dapat di terjemahkan sebagai “masyarakat setempat”, istilah lain menunjukkan pada warga-warga sebuah kota, suku, atau suatu bangsa . Apabila anggota-anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar ataupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tadi dapat disebut masyarakat setempat. Intinya mereka menjalin hubungan sosial (*social relationship*).

Dan dapat disimpulkan bahwa masyarakat setempat (*community*) adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar-dasar dari masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan semasyarakat setempat (Efendi,ridwan.2009).

2.1.10 Tinjauan Solidaritas

2.1.10.1 Definisi Solidaritas

Solidaritas menurut Emile Durkheim adalah suatu yang sangat dibutuhkan oleh sebuah masyarakat ataupun kelompok sosial karena pada dasarnya setiap masyarakat membutuhkan solidaritas. Kelompok- kelompok sosial sebagai tempat berlangsungnya kehidupan bersama, masyarakat akan tetap ada dan bertahan ketika dalam kelompok sosial tersebut terdapat rasa solidaritas diantara anggota-anggotanya. Istilah solidaritas dalam kamus ilmiah populer diartikan sebagai “kesetiakawanan dan perasaan sepenanggungan”. Sementara Paul Johnson dalam bukunya mengungkapkan:

“Solidaritas menunjuk pada suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok yang didasarkan pada keadaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama yang diperkuat oleh pengalaman emosional berasama. Ikatan ini lebih mendasar daripada hubungan kontraktual yang dibuat atas persetujuan rasional, karena hubungan-hubungan serupa itu mengandaikan sekurang kurangnya satu tingkat/derajat consensus terhadap prinsip-prinsip moral yang menjadi dasar kontrak itu”. (Paul Johnson, 1994:181)

Lawang dalam bukunya juga mengungkapkan tentang solidaritas sebagai berikut “Dasar pengertian solidaritas tetap kita pegang yakni kesatuan, persahabatan, saling percaya yang muncul akibat tanggung jawab bersama dan kepentingan bersama diantara para anggotanya”

“Solidaritas adalah perasaan saling percaya antara pera anggota dalam suatu kelompok atau komunitas. Kalau orang saling percaya

maka mereka akan menjadi satu/menjadi persahabatan, menjadi saling hormat-menghormati, menjadi terdorong untuk bertanggung jawab dan mempertahankan kepentingan sesamanya”. (Soedijati. 1995:25)

2.1.10.2 Bentuk-Bentuk Solidaritas

Berkaitan dengan perkembangan masyarakat, Durkheim melihat bahwa masyarakat berkembang dari masyarakat sederhana menuju masyarakat modern. Salah satu komponen utama masyarakat yang menjadi perhatian Durkheim dalam perkembangan masyarakat adalah bentuk solidaritasnya. Masyarakat sederhana memiliki bentuk solidaritas yang berbeda dengan bentuk solidaritas pada masyarakat modern. Seperti yang di tulis oleh George Ritzer dalam bukunya sebagai berikut:

“Durkheim paling tertarik pada cara yang berubah yang menghasilkan solidaritas sosial, dengan kata lain, cara yang berubah yang mempersatukan masyarakat dan bagaimana para anggotanya melihat dirinya sebagai bagian dari suatu keseluruhan. Untuk menangkap perbedaan tersebut Emile Durkheim mengacu kepada dua tipe solidaritas yaitu Mekanik dan Organik. Suatu masyarakat yang dicirikan oleh solidaritas mekanik bersatu karena semua orang adalah generalis. Ikatan diantara orang-orang itu ialah karena mereka semua terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang mirip dan mempunyai tanggung jawab-tanggung jawab yang mirip. Sebaliknya, suatu masyarakat yang dicirikan oleh solidaritas organik dipersatukan oleh perbedaan-perbedaan diantara orang-orang, oleh fakta bahwa semuanya mempunyai tugas-tugas dan tanggungjawab yang berbeda”. (George. 2012:145)

Dari beberapa pengertian diatas tentang solidaritas mekanik dan organik agar lebih jelas kami uraikan sebagai berikut:

a. Solidaritas Mekanik

Solidaritas mekanik adalah rasa solidaritas yang didasarkan pada suatu kesadaran kolektif yang menunjuk kepada totalitas kepercayaan kepercayaan yang rata-rata ada pada masyarakat yang sama, yaitu

mempunyai pekerjaan yang sama pengalaman yang sama sehingga banyak pula norma-norma yang dianut bersama. Hal ini sesuai dengan pernyataan Emile Durkheim dalam bukunya:

“Solidaritas mekanik di dasarkan pada suatu kesadaran kolektif bersama (*collective consciousness/conscience*), yang menunjuk pada totalitas kepercayaan-kepercayaan dan sentimen-sentimen bersama yang rata-rata ada pada warga masyarakat yang sama itu. Hal ini merupakan suatu solidaritas yang tergantung pada individu-individu yang memiliki sifat-sifat yang sama dan menganut kepercayaan dan pola normatif yang sama pula. Karena itu individualitas tidak berkembang, individualitas terus menerus dilumpuhkan oleh tekanan yang besar sekali untuk konformitas”. (Paul Johnson. 1994:182)

b. Solidaritas Organik

Solidaritas sosial yang berkembang pada masyarakat masyarakat kompleks berasal lebih dari kesaling tergantungan daripada kesamaan bagian-bagian.

Lebih jelasnya, Johnson menguraikan bahwa:

“Solidaritas organik muncul karena pembagian kerja bertambah besar. Solidaritas itu didasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan itu bertambah sebagai hasil dari bertambahnya spesialisasi dan pembagian pekerjaan yang memungkinkan dan juga menggairahkan bertambahnya perbedaan dikalangan individu”. (Paul Johnson. 1994:183)

Solidaritas organik muncul karena pembagian kerja yang ada pada masyarakat sederhana semakin bertambah, yang awalnya masyarakat hanya bercocok tanam bekerja menjadi nelayan yang hal itu bisa dilakukan bersama-sama oleh masyarakat sehingga emosional antara sesama masyarakat sangat dekat mempunyai norma yang sama dan kepercayaan yang sama antara masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis maupun praktis. Peneliti akan mengulas secara menyeluruh mengenai Pola Komunikasi *Group Cover Dance Kpop Hanlove* dalam menjaga Solidaritas Anggotanya.

Dalam menjalankan pola komunikasi didalam organisasi harus memiliki cara yang benar dalam menyampaikan pesan kepada anggotanya. Dimana pola komunikasi ini merupakan sebuah proses pemberian dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih.

“Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”. (Djamarah, 2004:1). Maka dari itu, peneliti menyimpulkan bahwasanya pola komunikasi pada sebuah komunitas dapat dilihat melalui Bagaimana Proses dan juga Hambatan Komunikasi yang ada pada komunitas tersebut:

1. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya.

“ Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan”. (Effendy, 2000 : 31).

Untuk memulai sebuah komunikasi tentunya diawali dengan suatu proses komunikasi, proses awal inilah yang akan membuat berhasil tidaknya sebuah interaksi didalam masyarakat. Dimana proses komunikasi yang baik yaitu diawali dengan sebuah penyampaian pesan, dengan pesan itulah kita bisa melakukan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang baik tentunya terdapat sebuah pesan-pesan yang akan disampaikan, baik berupa pesan verbal maupun pesan nonverbal. Untuk menyampaikan pesan tersebut kita memerlukan media untuk menyampaikan pesan.

Di dalam organisasi ini proses komunikasi yang terjadi merupakan bagian terpenting dalam mengirimkan pesan dari komunikator yang ditujukan kepada semua komunikannya. Proses ini dapat dilihat bagaimana Komunitas *Hanlove* ini menciptakan kondisi yang dapat mempertahankan solidaritas antar anggotanya.

2. Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi dalam organisasi seringkali terjadi dan merupakan masalah dalam berlangsungnya sebuah komunikasi organisasi, ada 4 (empat) hambatan yang sering muncul seperti :

- a. Penyaringan (*Filtering*)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim pesan sehingga tampak lebih bersifat menyenangkan si penerima pesan. Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah dan salah.

b. Persepsi Selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana si penerima pesan didalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain. Dalam hal cara menafsirkan pesan-pesan tadi, maka pengalaman, pendidikan, pengetahuan dan budaya akan ikut menentukan. Oleh karenanya persepsi yang demikian ini dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.

c. Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang disaat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika dia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

d. Pemaknaan Bahasa

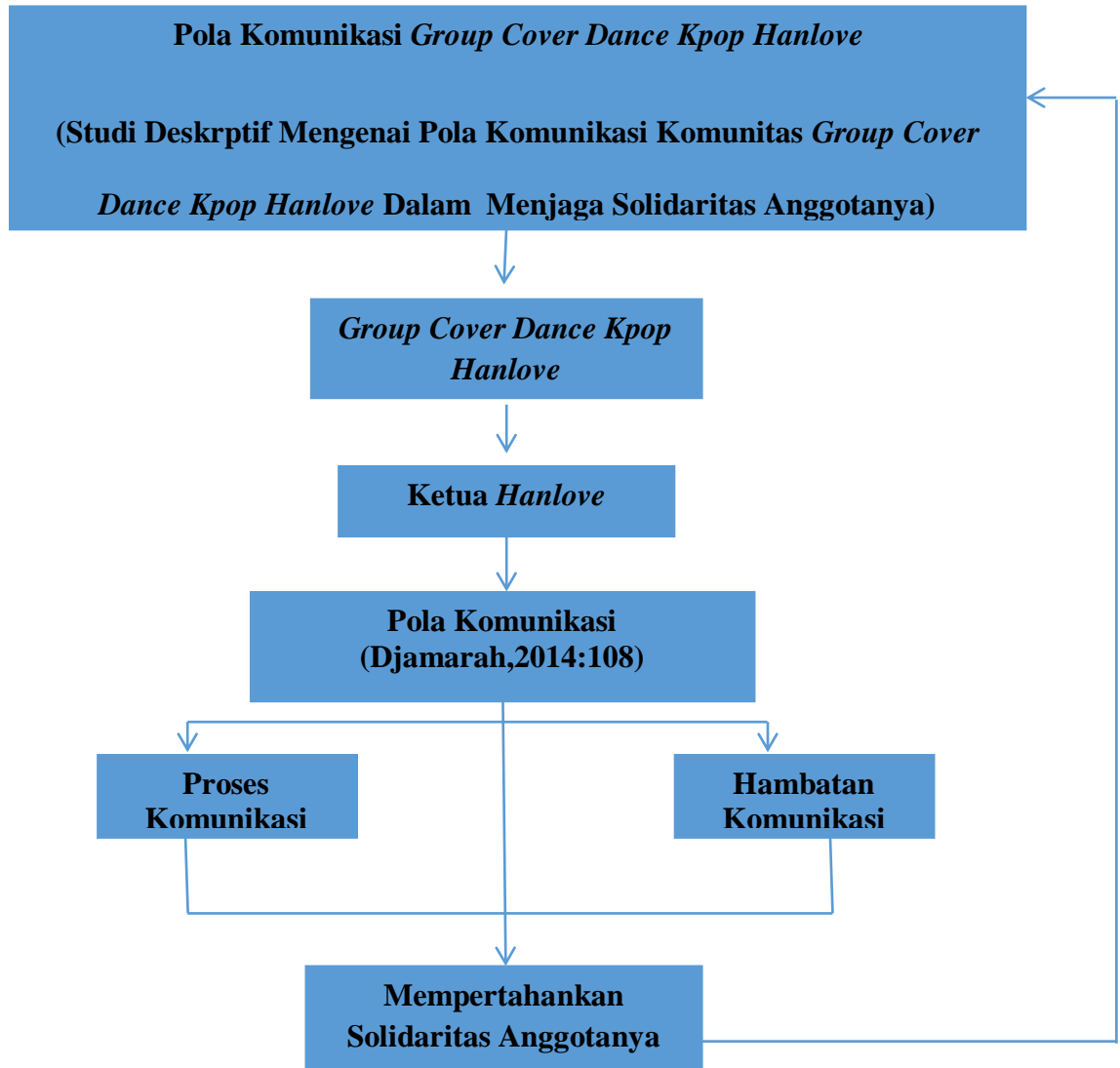
Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang, atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata. (Robbins Dalam Masmuh, 2010:80-82)

Hambatan yang terjadi pada pola komunikasi didalam Komunitas *Hanlove* Bandung dalam mempertahankan solidaritas antar anggotanya banyak terjadi, banyak hal pula yang akan mempengaruhi sehingga terjadi suatu hambatan itu akan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam pola komunikasi yang terjadi pada antar anggotanya.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan tentang pola komunikasi organisasi yang dilakukan oleh *Group Cover Dance Kpop Hanlove* , peneliti mengaplikasikan sub fokus diatas kedalam bentuk nyata diantaranya proses komunikasi, peranan komunikasi dan hambatan komunikasi yang ada di dalam organisasi *Group Cover Dance Kpop Hanlove* sebagai cara untuk berinteraksi dan juga bagaimana cara Komunitasnya mempertahankan solidaritas antar anggotanya, Solidaritas sendiri bermaksud rasa kesetiakawanan dan saling percaya antar sesama anggota Dalam meningkatkan solidaritas antar anggota perlu dilakukan sebuah komunikasi. Komunikasi dapat menyampaikan suatu pesan kepada seseorang atau sekelompok dalam suatu organisasi. Komunikasi juga berfungsi untuk menjaga agar tidak adanya salah faham antara sesama anggota dalam organisasi.

Pada penjelasan diatas dapat digambarkan beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini, yang menjelaskan bahwa pola komunikasi organisasi itu menyangkut tentang proses komunikasi, peranan komunikasi dan hambatan komunikasi yang terjadi di *Group Cover Dance Kpop Hanlove* kepada anggotanya. Dari penjelasan diatas, peneliti mencoba mengaplikasikannya dalam gambar mengenai kerangka pemikiran yang dapat dilihat dibawah ini :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber Peneliti, 2020