

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang akan dikaji oleh peneliti, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang dinilai relevan dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap dan perbandingan untuk memberikan gambaran mengenai kajian dan permasalahan yang terkait dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti. Pada kajian penelitian terdahulu ini peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipelajari oleh peneliti bersinggungan dengan “Strategi Komunikasi PSSI Jabar Dalam Menyelenggarakan Pertandingan Sepakbola Liga 3 Di Jawa Barat”. Setelah melakukan pencarian penelitian terdahulu sebagai referensi, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang berkaitan sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Matriks Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Robby Hendrawan	Strategi Komunikasi Pimpinan Suporter Persatuan Sepakbola Pekanbaru Sekitar Dengan Anggota Dalam Memperbaiki Citra Suporter Di Masyarakat	Pendekatan Kualitatif Dengan Metode Penelitian Deskriptif	Strategi komunikasi pimpinan suporter dengan anggota sudah berjalan maksimal, dapat dilihat dari pimpinan melakukan komunikasi dengan cara pendekatan kekeluargaan dengan membuat suasana kelompok seperti keluarga.	Objek pembahasan condong kepada suporter

2	Michael Novan Clauss	Strategi Event Lapanganbola Dalam Mengembangkan Sepakbola Amatir	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Studi Kasus	Pengembangan dunia digital untuk pesepakbola amatir dan mengubah mindset sepakbola sebagai gaya hidup dan pemilihan venue, penyajian data, stakeholder dan sponsor yang terlibat serta melakukan evaluasi secara langsung	Penyelenggaraan sepakbola amatir dan pengembangan sepakbola melalui dunia digital berbasis web
3	Imam Nur Prasetya	Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @Sepakbolasleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif	strategi komunikasi dilakukan dengan tiga tahapan. (1) khalayak dilakukan dengan membaaur dengan suporter PSS Sleman dan berdiskusi atau berbalas <i>mention</i> . (2) menyusun pesan pada <i>tweet</i> dengan lugas dan bahasa yang bersahabat, desain visual kreatif, dan selalu berusaha bersifat netral. (3) menetapkan metode dilakukan dengan cara repetisi dan menempatkan dirinya sebagai bagian suporter PSS Sleman Faktor-faktor pendukung dari strategi komunikasi yang diterapkan adalah (1) kemudahan mendapat koneksi internet (2) banyaknya pengguna Twitter di kalangan suporter PSS Sleman (3) Hubungan baik antara Sleman Football dan klub PSS Sleman (4) suporter PSS Sleman memiliki keinginan dalam mengakses info terkait klub..	Pembahasan media sosial klub sebagai media edukasi

Sumber : Peneliti 2022

## 2.2 Kajian Pustaka

Kajian pustaka pada penelitian ini berisikan definisi-definisi yang berkaitan dengan komunikasi, strategi komunikasi, humas, dan juga komunikasi organisasi.

### 2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama di sini maksudnya adalah *sama makna*. (Effendy, 2010) Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: *Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap*. Definisi secara khusus menurut Hovland mengatakan bahwa *komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (communication is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2010)

Sebagaimana yang dikatakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni;

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*) (Effendy, 2010)

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin dicapai memerlukan adanya suatu pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tertentu, makna dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang

digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

Pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini oleh Michael Burgoon disebut “definisi berorientasi-sumber” (*source-oriented definition*). Definisi ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap tindakan yang disengaja (*intentional act*) untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Carl I. Hovland

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)” (Effendy, 2017: 68)

### **2.2.1.1 Fungsi Komunikasi**

Empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon. Keempat fungsi tersebut, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental, tidak saling meniadakan (*mutually exclusive*).

#### **1. Fungsi Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh

kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

## 2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal. Emosi kita juga dapat kita salurkan lewat bentuk-bentuk seni seperti puisi, novel, musik, tarian, atau lukisan.

## 3. Fungsi Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam upacara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

## 4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga menghancurkan hubungan tersebut.

### **2.2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

#### **1. 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, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan suatu perasaan komunikator kepada komunikan.

## 2. 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. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

### **2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi yang terjadi dalam organisasi bisa bersifat formal dan informal, dan memiliki jaringan yang lebih luas daripada komunikasi kelompok. Komunikasi yang bersifat formal di dalam organisasi biasanya yang berkaitan dengan struktur organisasi seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi organisasi yang bersifat informal tidak akan terikat oleh struktur organisasi tersebut. Menurut Burhan Bungin Organisasi adalah suatu kumpulan atau sistem individual yang berhierarki secara jenjang dan memiliki sistem pembagian tugas untuk mencapai tujuan tertentu. (Bungin, 2007: 273)

Sedangkan menurut De Vito (Devito, 2010), menjelaskan organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ribuan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal.

Organisasi memiliki tujuan umum untuk meningkatkan pendapatan, namun juga memiliki tujuan-tujuan spesifik yang dimiliki oleh orang-orang dalam organisasi itu. Dan untuk mencapai tujuan, organisasi membuat norma aturan yang di patuhi oleh semua anggota organisasi.

Dari batasan tersebut, maka suatu organisasi sebenarnya memiliki karakter yang hampir sama dengan kelompok, perbedaannya adalah pada jumlah anggota yang lebih banyak dan struktur yang lebih rumit, dengan demikian juga, maka norma-norma organisasi juga lebih kompleks. Organisasi memiliki suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas, seperti pemimpin, staf pimpinan, dan karyawan. Masing-masing orang dalam posisi tersebut memiliki tanggung jawab terhadap bidang pekerjaannya itu. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi di mana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain.

#### **2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Menurut sendjaja dalam Bungin, organisasi baik yang berorientasi untuk mencari keuntungan (profit) maupun nirlaba (non-profit), memiliki empat fungsi organisasi, yaitu:

1. Fungsi Informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai satu sistem proses informasi (*information-processing system*).

## 2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen Kedua, berkaitan dengan pesan.

## 3. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk memersuasi bawahannya daripada memberi perintah.

## 4. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal, seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata (Bungin, 2007: 274)

### **2.2.2.2 Jaringan Komunikasi Organisasi**

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi (Muhammad, 2001: 102). Peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi.

Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi formal dan komunikasi informal.

#### 1. Jaringan Komunikasi Formal

Seperti yang dikemukakan oleh Muhammad dalam bukunya

“Komunikasi Organisasi” menyatakan bahwa:

“Bila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hieraksi resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas kebawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horizontal. “(Muhammad, 2001: 107).

#### 2. Jaringan Komunikasi Informal

Seperti yang dikemukakan oleh Muhammad dalam bukunya

“Komunikasi Organisasi” menyatakan bahwa: Apabila karyawan tidak mengajukan pertanyaan dalam pelaksanaan tugasnya dan tidak ada pula masalah yang akan dipecahkan, maka pembicaraan mereka sampai bekerja tidak lah menyangkut hal-hal formal lagi, tetapi sudah dapat dikatakan informal karena sudah beralih pada pembicaraan yang tidak relevan dengan tugasnya.

“Bila karyawan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi mereka dalam berorganisasi, maka pengarahan arus informasi bersifat pribadi. Informasi mengalir tanpa memperhatikan hubungan posisi. Jaringan komunikasi lebih dikenal dengan desas-desus adalah yang berkenaan dengan apa yang didengar atau apa yang katakan orang dan bukan apa yang diumumkan oleh orang yang berkuasa” (Muhammad, 2001: 125)

#### **2.2.2.3 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 antara lain:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

#### 4. 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)

### 2.2.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication manajement*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2010: 32)

Tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wyne Pace, Brent D.Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Tecniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tida tujuan utama, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*
- b. *To Establish Acceptance*
- c. *To Motivate Action*

### **2.2.3.1 Sifat dan Bentuk Strategi Komunikasi**

Kunci dari strategi komunikasi ini dijelaskan mencakup lima poin, yaitu: *Attention* (perhatian), *Interest* (daya tarik), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (kegiatan).

#### **1. Sifat Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada di dalamnya. Dan ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi. Dengan demikian, sifat dari strategi komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
- b. Membutuhkan prean dari kredibilitas komunikator.
- c. Membutuhkan setting komunikasi yang jelas.
- d. Dapat digunakan sebagai proses komunikasi dalam berbagai situasi
- e. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
- f. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimnerti oleh komunikan.

Dari sifat-sifat tersebut, strategi komunikasi sebenarnya memiliki sifat yang adaptif dengan kondisi dan kajian dari sejumlah objek dalam

bidang komunikasi. Strategi komunikasi memang tidak setua kajian komunikasi lainnya. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya didahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.

## 2. Bentuk dari Strategi Komunikasi

Bentuk komunikasi yang diterapkan oleh seseorang akan dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapainya sehingga bentuk komunikasi berhubungan dengan desain-desain komunikasi. (Suryadi, 2018: 11)

### **2.2.3.2 Komponen dan indikator Strategi Komunikasi**

Dalam menerapkan suatu strategi komunikasi ini agar berhasil maka ada peran penting komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell (1960). Berikut komponen yang dirumuskan oleh Lasswell, yaitu, *Who?* (siapakah komunikatornya), *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya), *In which channel?* (media apa yang digunakannya), *To whom?* (siapa komunikannya), *With what effect?* (efek apa yang diharapkan)

Komponen-komponen strategi komunikasi di atas dalam praktiknya akan berhubungan dengan etos dari seorang komunikator. Dalam perkembangannya komponen strategi komunikasi selain yang diadopsi dari Lasswell (1960) juga ditambahkan dengan hasil kajian dari setting komunikasi, yaitu:

1. Lingkungan komunikasi
2. Aturan dan tata cara organisasi
3. Visi-misi, tujuan, dan sasaran organisasi

4. Tujuan, sasaran, dan target komunikasi
5. Program kerja dan kegiatan organisasi
6. Bentuk dan model kepemimpinan yang diterapkan
7. Prosedur dan kebijakan yang dimiliki
8. Infrastruktur komunikasi
9. Pembiayaan komunikasi
10. Pemberdayaan SDM komunikasi
11. Dampak praktik komunikasi organisasi yang diterapkan
12. Pengembangan hasil praktik strategi komunikasi
13. Penyebarluasan hasil praktik strategi komunikasi

Mengingat strategi dan pentingnya dari sejumlah komponen strategi komunikasi ini maka setiap pengguna strategi komunikasi ini dituntut untuk mampu menerapkan program kerjadengan baik.

#### **2.2.4 Tinjauan Tentang Penyelenggaraan Sepakbola**

Penyelenggaraan berasal dari kata “selenggara” yang berarti mengatur. Adapun pengertian penyelenggaraan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu proses melakukan kegiatan tertentu. Penyelenggaraan dapat diartikan dengan pengorganisasian, dari kata “pengorganisasian” tersebut, yang memiliki kata dasar “organisasi”. Menurut Handoko (Handoko, 2003: 167) organisasi mempunyai dua pengertian umum yaitu: (1) Menandakan suatu lembaga atau kelompok fungsional, seperti organisasi perusahaan, rumah sakit, perwakilan pemerintah atau suatu perkumpulan olahraga. (2) Berkenaan dengan proses pengorganisasian, sebagai

suatu cara dalam mana kegiatan organisasi di alokasikan dan ditugaskan diantara para anggotanya agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efisien.

Menurut Handoko (Handoko, 2003: 167) Penyelenggaraan merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya-sumber daya yang dimilikinya dan lingkungan yang melingkupnya. Sedangkan Menurut Hasibuan (Hasibuan, 2011: 118-119) Penyelenggaraan adalah 24 suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut. Berdasarkan pernyataan di atas dapat kita ambil kesimpulan, bahwa penyelenggaraan merupakan proses awal untuk menempatkan orang-orang baik individu maupun kelompok kedalam struktur organisasi demi mencapai tujuan organisasi tersebut.

Agar penyelenggaraan dapat selalu beradaptasi dengan perubahan lingkungan sekitarnya maka perlu adanya bentuk-bentuk penyelenggaraan, yaitu:

1. Struktur organisasi sebagai hubungan internal yang berkaitan dengan fungsi yang menjalankan aktivitas organisasi
2. Kebijakan pengelolaan, berupa visi dan misi organisasi
3. Sumber daya manusia, yang berhubungan dengan kualitas karyawan untuk bekerja dan berkarya secara optimal

4. Sistem informasi manajemen, yang berhubungan dengan pengelolaan data base untuk digunakan dalam mempertinggi kinerja organisasi.
5. Sarana dan prasarana yang dimiliki, yang berhubungan dengan penggunaan teknologi bagi penyelenggaraan organisasi pada setiap aktivitas organisasi.

Tahap pertama penyelenggaraan adalah menyusun kembali kerangka tujuan organisasi dengan menetapkan visi dan misi sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi (Analisis SWOT). Tahap kedua adalah menata ulang struktur organisasi sesuai dengan visi dan misi organisasi. Tahap ketiga adalah memperbaiki iklim, mekanisme serta budaya organisasi agar sesuai dengan visi dan misi yang baru. Tahap keempat adalah memperbaharui orang, baik dalam arti fisik berupa pergantian orang atau memperbaharui cara pandang dan semangatnya. Kast dan Rosenzweig dalam Cahayani (Cahayani, 2003: 3), menyatakan bahwa suatu organisasi harus memuat empat unsur utama. Keempat unsur utama tersebut adalah: (1.) *Goals oriented*, berarti suatu organisasi selalu berorientasi pada pencapaian sasaran. (2.) *Psychosocial system*, adanya hubungan antara orang dalam suatu kelompok kerja. (3.) *Structured activities*, orang bekerja sama dalam hubungan yang berpola. (4.) *Technological system*, anggota organisasi menggunakan teknologi dan pengetahuan dalam melakukan kegiatannya.

Ada dua aspek utama dalam proses penyelenggaraan suatu organisasi yaitu departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Hal ini akan tercermin pada struktur formal suatu organisasi dan tampak atau ditunjukkan oleh

suatu bagan organisasi. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas, (Handoko, 2003).

Proses penyelenggaraan dapat ditunjukkan dengan tiga langkah prosedur berikut ini:

1. Pemerincian seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Pembagian beban pekerjaan total menjadi kegiatankegiatan yang secara logik dapat dilaksanakan oleh satu orang. Pembagian kerja sebaiknya tidak terlalu berat sehingga tidak dapat diselesaikan.
3. Pengadaan dan pengembangan suatu mekanisme untuk mengkoordinasi pekerjaan para anggota organisasi menjadi kesatuan yang terpadu dan harmonis.

Mekanisme pengkoordinasian ini akan membuat para anggota organisasi menjaga perhatiannya pada tujuan organisasi dan mengurangi ketidak-efisienan dan konflik-konflik yang merusak. Pelaksanaan proses penyelenggaraan yang sukses, akan membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Proses ini akan tercermin pada struktur organisasi, yang mencakup aspek-aspek penting organisasi dan proses pengorganisasian, yaitu; pembagian kerja, departementalisasi, bagan organisasi formal, rantai perintah dan kesatuan perintah, tingkat-tingkat hirarki manajemen, saluran komunikasi, penggunaan komite, rentang manajemen dan kelompok-kelompok informal yang tak dapat dihindarkan, (Handoko, 2003)

Setelah menetapkan tujuan dan menyusun rencana-rencana atau program-program untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan kegiatan merancang dan mengembangkan suatu penyelenggaraan yang akan dapat melaksanakan berbagai program tersebut secara sukses (Handoko T. Hani, 2009) Menurut H.B. Siswanto, Pengorganisasian (*organizing*) adalah pembagian kerja yang direncanakan untuk diselesaikan oleh anggota kesatuan pekerja, penetapan hubungan antar pekerjaan yang efektif diantara mereka, dan pemberian lingkungan dan fasilitas pekerjaan yang wajar sehingga mereka bekerja secara efisien (Siswanto, 2007: 74) Dua aspek utama proses penyusunan struktur penyelenggaraan adalah dengan departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatankegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas (Handoko T. Hani, 2009) Berikut faktor yang mempengaruhi struktur penyelenggaraan:

1. Pembagian Pekerjaan (*Division Of Work*)

Pembagian pekerjaan adalah tingkat dimana tugas dalam sebuah organisasi dibagi menjadi pekerjaan yang berbeda (Robbins dan Coulter, 2007:285). Setiap orang tidak akan mampu melakukan seluruh aktivitas dalam tugas-tugas yang paling rumit dan tidak seorang pun akan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai tugas yang tercakup dalam suatu pekerjaan yang rumit. Melaksanakan suatu tugas yang

memerlukan sejumlah langkah, perlu diadakan pemilahan bagian-bagian tugas dan membagi-bagikan kepada sejumlah orang, pembagian kerja yang dispesialisasikan seperti itu memungkinkan orang mempelajari keterampilan dan menjadi pakar dalam bidang pekerjaan tertentu.

## 2. Hierarki

Hierarki adalah garis wewenang yang tidak terputus yang membentang dari tingkatan atas organisasi hingga tingkatan paling bawah dan menjelaskan hubungan si pelapor kepada si penerima laporan (Robbins & Coulter, 2007). Pendelegasian wewenang oleh atasan kepada bawahan perlu agar suatu organisasi berfungsi secara rinci karena tidak ada atasan yang dapat mengawasi setiap tugas-tugas organisasi, terlebih apabila organisasi tersebut mempunyai aktivitas yang banyak dan kompleks.

## 3. Koordinasi

Koordinasi adalah proses menyatukan aktivitas dari departemen yang terpisah untuk mencapai sasaran organisasi secara efektif (Robbins & Coulter, 2007: 288). Koordinasi adalah proses pengintegrasian tujuan-tujuan dan kegiatan-kegiatan pada satuansatuan yang terpisah (departemen atau bidang-bidang fungsional) suatu organisasi mencapai tujuan organisasi secara efisien (Handoko, 2003: 195)

Koordinasi adalah kegiatan mengarahkan, mengintegrasikan unsur-unsur manajemen dan pekerjaan-pekerjaan para bawahan dalam mencapai tujuan organisasi (Hasibuan, 2004:85).

#### 4. Kesatuan Perintah (*Unity of Command*)

Dalam operasionalisasinya, penerapan prinsip “kesatuan perintah” biasanya dilaksanakan berdasarkan pendekatan “one step down”. Artinya, seorang manajer memberikan perintah kepada orang-orang yang setingkat lebih rendah daripadanya yang meneruskannya ke tingkat yang lebih bawah lagi apabila hal itu diperlukan. Dengan demikian dapat dicegah kesimpangsiuran, bukan hanya dalam pemberian perintah, akan tetapi juga dalam hal pertanggungjawaban. Dampak positif dari penerapan prinsip ini terlihat tidak hanya dalam hal adanya kepastian perintah yang diterima oleh seseorang, akan tetapi juga berkaitan langsung dengan pembinaan perilaku para bawahan yang bersangkutan. Menurut (Hasibuan, 2011: 120), Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Organisasi hanya merupakan alat dan wadah saja. Dari pernyataan diatas dapat kita ketahui bahwa penyelenggaraan itu merupakan suatu kelompok fungsional yang tentunya memiliki satu tujuan yang sama dan memiliki berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

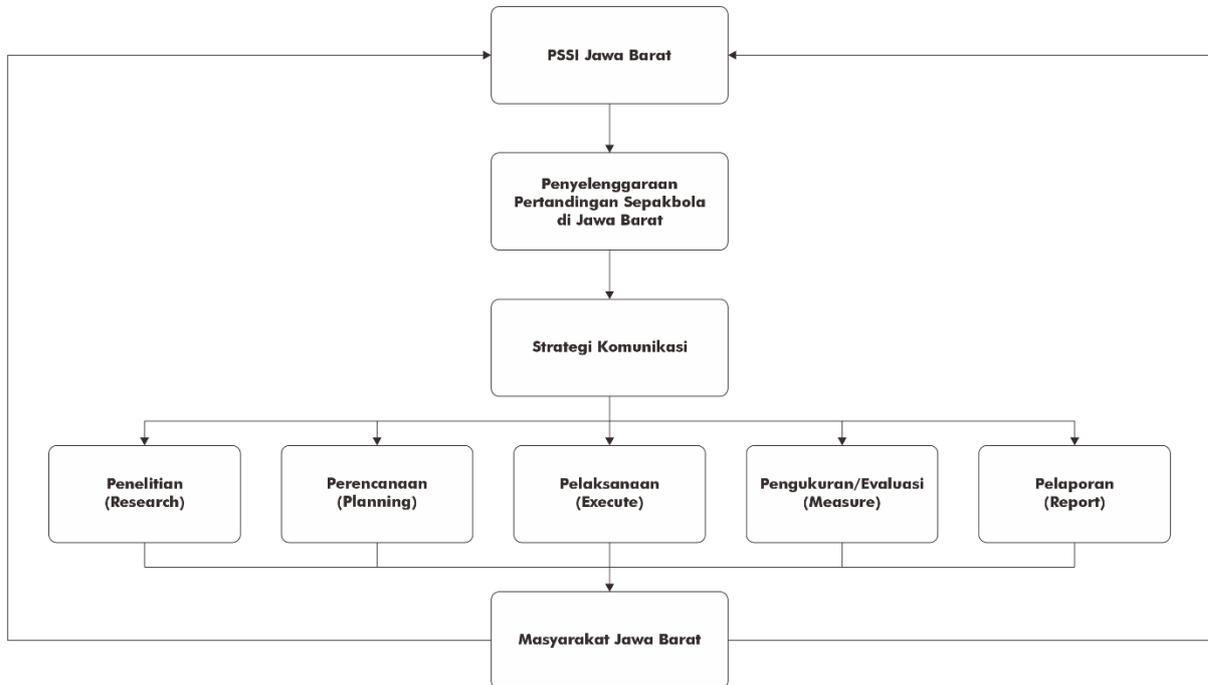
Kerangka pemikiran ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi PSSI Jawa Barat Dalam Menyelenggarakan Pertandingan Sepakbola liga 3 Di Jawa Barat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan model Perencanaan

Lima Langkah karena model ini dapat menentukan strategi komunikasi dari PSSI itu sendiri.

Model komunikasi perencanaan lima langkah ini terdiri dari lima tahap yaitu, penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*execute*), pengukuran/evaluasi (*measure*), pelaporan (*report*). (Cangara, 2013: 72)

1. Penelitian (*Research*), yaitu untuk mengetahui permasalahan dari asprov PSSI Jawa Barat dalam penyelenggaraan Liga 3 Jawa Barat.
2. Perencanaan (*Planning*) yaitu untuk mengetahui langkah perencanaan komunikasi Asprov PSSI Jawa Barat dalam penyelenggaraan Liga 3 Jawa Barat.
3. Pelaksanaan (*Execute*) yaitu untuk mengetahui langkah komunikasi yang diambil oleh Asprov PSSI Jawa Barat dalam penyelenggaraan Liga 3 Jawa Barat.
4. Pengukuran/evaluasi (*Measure*) yaitu untuk mengetahui hasil akhir dari penyelenggaraan Liga 3 Jawa Barat.
5. Pelaporan (*Report*) yaitu untuk mengetahui tindakan terakhir dari perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan Asprov PSSI Jawa Barat dalam penyelenggaraan Liga 3 Jawa Barat.

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Peneliti, 2022*