

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama	Nurrohman Sidiq	Rizky Achmad Hidayatulloh	Reky Asprilla
Tahun	2017	2018	2017
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas pasundan
Judul	Pola Komunikasi Fotografer Di Komunitas Hobi Foto Bandung (HFB)	Pola Komunikasi Antarpribadi Antar Guru dan Murid Pada Proses Pembentukan Karakter Budaya Sunda Sejak Remaja Awal di Smp Yas Kota Bandung	Pola Komunikasi Pimpinan Dengan Karyawan Di Cv. Cipta Prima Nusa Padalarang
Metode penelitian	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Penelitian kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif
Hasil penelitian	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua indicator yang terjadi yaitu 1.proses komunikasi yang ditunjukkan oleh anggota dengan cara mengupload hasil karyanya ke jejaring media sosial. 2.hambatan komunikasi yang paling menonjol pada penelitian ini adalah tentang waktu, yang dimana tidak semua fotografer bisa menyisihkan waktunya dikarenakan adanya tuntutan pekerjaan,rumah tangga dan lain lain.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi berjalan dengan lancar, anatar murid dan guru. Keduanya bisa memerankan peran sebagai komunikator Ketika berkomunikasi, proses terjadinya komunikasi yang terjalin di antara guru dan murid dalam membentuk karakter budaya sunda berjalan dengan baik, komunikasi yang terjalin secara dua arah.	Hasil penelitian ini meneliti tentan pola komunikasi pimpinan dengan para bawahannya, lewat perilaku yang di interpretasikan melalui komunikasi dan berprilaku baik kepada bawahannya, sehingga membuat orang lain paham melakukan tugasnya.

Perbedaan penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus penelitian pada penelitian terdahulu ini lebih kepada teknis dalam pengambilan foto. Sedangkan fokus pada penelitian peneliti lebih terfokus kepada mempertahankan solidaritas kepada anggota komunitas.	Dalam penelitian ini berfokus pada pembentukan karakter budaya sunda terhadap murid melalui proses komunikasi interpersonal.	Penelitian ini memfokuskan pola komunikasi pimpinan terhadap bawahannya.
----------------------	--	--	--

Sumber : Peneliti 2022

Tinjauan Penelitian Terdahulu merupakan sebuah referensi yang memiliki kaitan dengan informasi mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang dipilih sebagai bahan acuan oleh peneliti:

2.2 Tinjauan Pustaka

Merupakan sebuah ringkasan untuk meninjau atau mengkaji ulang berbagai literatur tentang topik tertentu terkait fokus penelitian yang kita teliti.

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Pada hakikatnya komunikasi selalu berdampingan dengan aktivitas kehidupan manusia, dimulai saat bangun tidur sampai dengan tidur kembali, komunikasi dapat dilakukan oleh semua makhluk hidup ciptaan tuhan, termasuk tumbuhan sekalipun dapat berkomunikasi. Komunikasi sering dilakukan dan komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi manusia, karena dalam kehidupannya manusia memerlukan berkomunikasi antar individu hingga kelompok.

Communication merupakan istilah komunikasi dalam bahasa Inggris. Secara etimologis, komunikasi dalam bahasa latin *communis* yang memiliki arti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). *Communis* merupakan istilah yang pertama kali disebut sebagai asal kata komunikasi dan merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Dalam istilahnya komunikasi menyarankan bahwa dalam suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan duanut secara sama (Dedy Mulyana, 2014:46)

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Proses Komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah proses penyampaian pikiran berupa gagasan, informasi, opini oleh komunikator kepada komunikan. Menurut Onong Uchana dalam buku pengantar ilmu komunikasi, proses komunikasi di bagi menjadi dua yaitu.

1. Proses Komunikasi Primer

Proses penyampaian pikiran, ide, gagasan seseorang kepada orang lain secara tatap muka dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media pertama. Lambang atau simbol merupakan sesuatu yang diberi makna oleh peserta komunikasi, yang bisa dimengerti oleh keduanya, oleh karena itu lambang harus merupakan kesepakatan bersama atau umum

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pikiran ide, gagagasan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan saluran atau sarana sebagai media kedua setelah pertama yang berupa lambang atau simbol. Media digunakan dalam proses sekunder ini dengan tujuan efisiensi dan efektifitas dalam menjangkau

komunikasikan apabila letaknya berjauhan dan jumlahnya sangat banyak. Media yang digunakan merupakan media cetak dan media elektronik. Ada 3 manfaat komunikasi bermedia antara lain:

- a. Mencapai masyarakat lebih luas
- b. Memungkinkan imitasi oleh lebih banyak orang
- c. Mengatasi batasan ruang dan waktu

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut kutipan dari buku interpersonal skill (Manap Solihat et,all,2015,p.4) fungsi komunikasi menurut Harold D.Laswell adalah sebagai berikut:

1. The Surveillance Of The Environment

Fungsi komunikasi bertujuan untuk mengumpulkan dan membagikan informasi mengenai suatu fenomena dalam suatu lingkungan

2. The Correlation Of Correlation Of The Parts Of Society in Responding To The Next

Dalam perihal ini fungsi komunikasi mencakup mengenai suatu wilayah (komunikasi dapat diidentikkan sebagai media propaganda)

3. The Transmission Of The Social Heritage From One Generation to The Next,

Dalam kutipan ini berfokus pada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai, dan norma sosial pada suatu generasi ke generasi yang lain.

Dan menurut Onong Uchjana Effendy fungsi komunikasi merupakan:

a. *Public Information*

Memberikan informasi kepada warga. Sikap menerima informasi merupakan sebuah perilaku alamiah warga. Dengan menerima data yang valid hendak mereka akan merasa aman dan tentram. Keakuratan data dibutuhkan oleh beberapa bagian elemen masyarakat untuk dijadikan bahan dalam pengambilan keputusan. Informasi yang diperoleh selanjutnya dapat dikaji dengan mendalam sehingga dapat melahirkan teori-teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi yang diberikan terhadap masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi lebih sering melalui kegiatan komunikasi massa.

b. *Public education*

Proses penyampaian pikiran ide, gagasan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan saluran atau sarana sebagai media kedua setelah pertama yang berupa lambang atau simbol. Media digunakan dalam proses sekunder ini dengan tujuan efisiensi dan efektifitas dalam menjangkau komunikan apabila letaknya berjauhan dan jumlahnya sangat banyak. Media yang digunakan merupakan media cetak dan media elektronik. Ada 3 manfaat komunikasi bermedia antara lain:

c. *Public persuasion*

Merupakan pemberian berbagai informasi kepada masyarakat dan dapat pula dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat

dalam merubah sikap dan perilaku yang di inginkan. Semisal dalam mempengaruhi masyarakat untuk mendorong suatu pilihan dalam pemilu melalui komunikasi massa dalam bentuk berkampanye,propaganda,dan sebagainya.

d. *Public entertainment*

Merupakan pemberian berbagai informasi kepada masyarakat dan dapat pula dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat dalam merubah sikap dan perilaku yang di inginkan. Semisal dalam memperngaruhi masyarakat untuk mendorong suatu pilihan dalam pemilu melalui komunikasi massa dalam bentuk berkampanye,propaganda,dan sebagainya.

William I, Gorden Dalam Deddy Mulyana, menerangkan bahwa fungsi Komunikasi memiliki empat kategori yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan-hubungan dengan orang lain. melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, desa, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

- a. Pembentukan konsep diri. Konsep diri merupakan sebuah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita dapatkan melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Lewat komunikasi dengan orang lain kita bisa belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Anda mencintai diri anda bila anda telah dicintai; anda berpikir anda cerdas ; anda merasa tampan atau cantik bila orang-orang disekitar anda juga mengatakan demikian.
- b. Pernyataan eksistensi diri. Orang melakukan komunikasi untuk menunjukkan eksistensi diri. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya merupakan pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke inti permasalahan, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengulangi hal-hal yang ada, dengan argument-argumen yang terkadang tidak berkaitan.
- c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, ialah

kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Abraham Maslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar; kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri.

2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan savans, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan dengan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan dibarengi dengan melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

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, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara tersebut orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdia (sholat, sembahyang, misa),

membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan hari-hari besar juga merupakan sebuah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, ideologi atau agama mereka.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan Bersama.

Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek semisal untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (impression management), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi

Dan B.curtis menjelaskan dalam buku interpersonal skill (Manap Solihat et al, 2015) tujuan Komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi merupakan sebuah cara memberikan informasi kepada para klien, kolega, bawahan dan teman sejawat
2. Membantu orang lain, memberi nasihat atau memberi motivasi kepada orang lain untuk mencapai tujuannya.
3. Membereskan masalah berserta pembuatan keputusan
4. Mengevaluasi perilaku secara efektif

Sementara itu Onong Uchjana Effendi menjelaskan tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. *Social Change/Social Participation*

Perubahan Sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. agar masyarakat ikut serta dalam pilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat dan sebagainya.

2. *Attitude Change*

Perubahan sikap. Kegiatan ini memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Semisal pada kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah agar masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

3. *Opinion Change*

Perubahan Pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya agar masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, seperti dalam informasi mengenai pemilu. Terutama informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tentangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

4. *Behaviour Change*

Perubahan Perilaku. Kegiatan ini memberikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah perilakunya. Semisal dalam kegiatan memberikan informasi mengenai pola hidup sehat dan perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat.

2.2.1.5 Unsur – Unsur Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah rutinitas penting bagi manusia. Komunikasi tidak bisa di pisahkan dari kehidupan seorang manusia, manusia sebagai makhluk hidup yang hidup secara komunal dan makhluk sosial, berkerjasama harus melakukan interaksi diantara mereka. Interaksi merupakan komunikasi, hal ini di analogikan sebagai sebuah mata uang yang tak bisa saling dipisahkan antara satu dengan yang lainnya.

Komunikasi merupakan sebuah cara untuk menyamakan pendapat di antara dua belah pihak. Proyek komunikasi yang baik dapat memberikan pemahaman di antara dua pihak yang mengadakan interaksi.

Menurut Cangara dalam buku *Interpersonal Skill* (Manap Solihat et al,2015) menjelaskan 7 (tujuh) unsur – unsur komunikasi ialah sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber merupakan sebuah peristiwa komunikasi yang menghasilkan atau mengirim informasi. Sumber biasanya terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga berupa kelompok, partai, organisasi atau sebuah lembaga.

2. Pesan

pesan adalah sebuah hal yang di sampaikan pengirim pesan kepada penerima. Pesan biasanya disampaikan melalui komunikasi tatap muka atau bisa juga menggunakan media komunikasi yang berisikan ilmu pengetahuan,hiburan,informasi atau propaganda

3. Media

Media ini merupakan sebuah alat yang di pakai untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi antarpribadi panca indera dan berbagai saluran lainnya seperti telegram,telepon yang masuk kedalam jenis media komunikasi

4. Penerima

Penerima adalah orang yang menjadi dipilih sumber untuk menerima pesan yang akan dikirim. Penerima biasanya berjumlah

satu orang atau lebih, biasa dalam bentuk kelompok, partai dan negara

5. Pengaruh

Pengaruh merupakan sebuah perbedaan yang dirasakan oleh penerima pesan sebelum dan sesudah menerima pesan

6. Tanggapan Balik

Tanggapan balik atau umpan balik (feedback) merupakan bentuk dari pada pengaruh yang bersumber dari penerima, tetapi umpan balik pun dapat berasal dari unsur lain seperti media, meskipun pesan yang di sampaikan belum didapatkan oleh penerima

7. Lingkungan

Lingkungan merupakan sebuah faktor yang bisa mempengaruhi jalannya sebuah komunikasi. Faktor ini dapat berupa lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan lingkungan dimensi waktu.

2.2.2 Tinjauan Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan sebuah penyampaian pesan komunikasi dari komunikator kepada komunikan bertujuan untuk merubah pendapat, sikap atau perilaku komunikan. Cara penyampaian pesan berdasarkan pada penggunaan teori-teori komunikasi dalam mengutarakan pesan secara langsung ataupun melalui perantara pada media tertentu. (Cangara, 2007:1)

Menurut Katz dan Kahn (Deddy Mulyana 2013;174) memperlihatkan bahwa pola atau situasi urusan yang tertib mensyaratkan bahwa komunikasi di

antara para anggota sistem tersebut dibatasi. Sifat asal organisasi mengisyaratkan batasan mengenai siapa berbicara dengan siapa

Burgers menjelaskan (dalam Deddy Mulyana 2013:174) sifat komunikasi yang ganjil dalam sebuah organisasi menjelaskan bahwa “pesan mengalir menjadi teratur sehingga kita dapat berbicara tentang jaringan atau struktur organisasi”.

2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok ialah sekumpulan orang yang memiliki tujuan bersama, yang berinteraksi antara satu dengan yang lainnya demi mencapai tujuan bersama (adanya rasa saling kebergantungan) mengenal satu dengan yang lainnya, dan melihat mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota diijinkan memiliki peran yang berbeda. Komunikasi kelompok pada dasarnya merujuk kepada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small-group communication*), maka dari itu bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan tanggap langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan alami melibatkan juga komunikasi antarpribadi (Mulyana, 2014, p.82).

Menurut Michel Burgoon yang dikutip oleh Rismawaty, dkk. Dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World of Communication) membuat batasan untuk komunikasi kelompok dalam interaksi langsung dari tiga orang atau lebih untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan, seperti berbagi informasi, mempertahankan diri atau pemecah masalah

sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan kualitas pribadi orang lain dengan hati – hati.

2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Adanya suatu kelompok didalam lingkungan masyarakat dilihat dengan adanya fungsi- fungsi yang akan dilakukan. Fungsi – fungsi tersebut menurut Michael Burgoon yang di sadur oleh pratikto terdapat empat fungsi diantaranya adalah:

1. Hubungan sosial

Merupakan suatu bentuk interaksi yang di bangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal satu sama lain. Sehingga kelompok mampu membangun hubungan sosial internal dan eksternal.

2. Pendidikan

Memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan agar membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.

3. Persuasive

Cara berkomunikasi kelompok harus memiliki unsur persuasive atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota yang lain. Juga harus memberikan komunikasi dengan anggota lainnya, serta memberikan komunikasi persuasive untuk memberikan pendapat dan argument dari komunikator.

4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan

Dari penjelasan di atas di jelaskan bahawa komunikasi kelompok memberikan pemahaman dalam komunikasi harus memiliki hubungan sosial, Pendidikan, persuasive, dan pemecahan masalah. Sehingga, mengikat anggotanya secara emosional Ketika suatu anggota tersebut berada dalam suatu kelompok.

2.2.3.3 Pengaruh Kelompok pada Pola Komunikasi

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World of Communication) oleh (Rismawaty et al, 2014, o.191), terdapat 3 jenis macam-macam pengaruh kelompok, yaitu konformitas, fasilitasi sosial, dan polarisasi.

1. Komformitas

Konformitas merupakan sebuah perubahan perilaku atau kepercayaan norma kelompok yang disebabkan oleh tekanan kelompok – yang nyata atau yang bisa dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

2. Fasilitasi

Dalam hal ini menunjukan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena dilihat kelompok. Kelompok memiliki pengaruh sehingga pekerjaan yang di lakukan terasa menjadi lebih “mudah”.

3. Polarisasi

Polarisasi menurut para ahli bisa disebabkan pada proporsi argumentasi yang menyokong sikap atau tindakan tertentu. Polarisasi mengandung beberapa implikasi negative. Pertama, kecenderungan kearah

ekstremisme, menyebabkan peserta komunikasi menjadi lebih jauh dari dunia nyata. Gejala ini disebut Irving Janis sebagai groupthink. Kedua, polarisasi akan mendorong ekstremisme dalam kelompok gerakan sosial atau politik. Kelompok seperti ini biasanya menarik anggota – anggotanya yang memiliki pandangan yang sama. Ketika mereka berdiskusi, pandangan yang sama ini makin dipertegas sehingga mereka makin yakin akan keberadaannya. (Rismawaty et al., 2014, p. 191).

2.2.4 Tinjauan Tentang Teori Jaringan

Jaringan merupakan sebuah struktur sosial yang di buat melalui komunikasi antara beberapa individu dan kelompok. Pada saat individu melakukan komunikasi dengan orang lain, maka terciptalah sebuah hubungan yang merupakan garis-garis komunikasi dalam suatu organisasi.

Teori jaringan memberikan sebuah gambaran tentang organisasi, atau lebih jelasnya memberikan macam-macam gambaran yang setiap gambaran memiliki penjelasan mengenai salah satu aspek fungsi organisasi. Pada teori jaringan ini membantu individu melihat suatu sistem yang sedang bekerja. Karl Weick memberikan tampilan mikro dimana interaksi yang menciptakan kejelasan dan mendefinisikan sistem anggota. James Taylor menunjukkan bagaimana koordinasi dibuat untuk menciptakan pengaturan organisasi.

2.2.5 Tinjauan Solidaritas

Arti kata solidaritas secara etimologi adalah kesetiakawanan atau kekompakan. Pandangan lain menjelaskan bahwa solidaritas merupakan kombinasi atau kesepakatan dari semua elemen atau individu sebagai suatu kelompok.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa persatuan berasal dari kata solider yang artinya memiliki atau menunjukkan rasa persatuan.

Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa solidaritas, jika dikaitkan dengan kelompok sosial, adalah : rasa kebersamaan dalam suatu kelompok tertentu yang menyangkut tentang kesetiakawanan dalam meraih tujuan dan keinginan yang sama. Wacana solidaritas pada hakikatnya manusiawi dan mengungkapkan nilai-nilai luhur (mulia/tinggi). Tidak heran jika solidaritas ini merupakan sebuah kebutuhan yang tidak dapat ditawar lagi. Kata-kata mudah dibicarakan, tetapi pada realitas kehidupan manusia masih jauh.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah rangkuman pemikiran dari penelitian ini secara garis besar mengenai Langkah-langkah atau tahapan dalam suatu masalah yang sedang peneliti teliti. Fokus pada penelitian ini mengenai Pola Komunikasi Kelompok Komunitas Greha Bubat 66 Dalam Mempertahankan Solidaritas Anggotanya, yang didalamnya terdapat proses dan hambatan komunikasi yang akan menentukan cara yang di pakai agar pesan yang di berikan dapat dimengerti dan dapat mengatahi hambatan yang akan membuat jalannya pesan atau komunikasi terganggu.

Dalam melakukan pola komunikasi pada organisasi diharapkan mampu menyampaikan pesan dengan cara yang benar terhadap para anggotanya. Dimana pola komunikasi ini adalah sebuah cara pemberian dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih.

“Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti”.(Djamarah, 2004).

1. Proses komunikasi

Untuk memulai melaksanakan komunikasi pasti di mulai dengan suatu proses komunikasi, proses inilah yang akan membuat komunikasi berhasil tidaknya, hal ini dilihat dari interaksi di dalam masyarakat. Dimana proses komunikasinya berjalan dengan baik dimulai dengan sebuah penyampaian pesan, dengan pesan tersebut kita bisa menjalin komunikasi yang efektif.

Pada sebuah kelompok proses komunikasi yang terjadi merupakan sebuah bagian penting dalam mengirimkan pesan dari komunikator yang ditujukan kepada komunikan.

Onong Uchana dalam buku pengantar ilmu komunikasi, ada dua proses komunikasi yaitu:

a. Proses Komunikasi Primer

Proses penyampaian pikiran, ide, gagasan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media pertama. Lambang atau simbol merupakan sesuatu yang diberi makna oleh peserta komunikasi, yang bisa dimengerti oleh keduanya, oleh karena itu lambang harus merupakan kesepakatan bersama atau umum. Dalam hal ini lambang yang di maksud dalam proses ini ialah pesan verbal (bahasa), dan pesan non verbal (gambar) yang di pakai pada saat komunikasi berlangsung.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pikiran ide, gagasan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan saluran atau sarana sebagai media kedua setelah pertama yang berupa lambang atau simbol. Media digunakan dalam proses sekunder ini dengan tujuan efisiensi dan efektifitas dalam menjangkau komunikan apabila letaknya berjauhan dan jumlahnya sangat banyak. Media yang digunakan merupakan media cetak dan media elektronik. Ada 3 manfaat komunikasi bermedia antara lain:

- 1) Mencapai masyarakat lebih luas
- 2) Memungkinkan imitasi oleh lebih banyak orang
- 3) Mengatasi batas ruang dan waktu

2. Hambatan komunikasi

Hambatan komunikasi pada sebuah organisasi sering terjadi dan merupakan masalah dalam sebuah komunikasi organisasi, terdapat 3 (tiga) hambatan seperti:

a. Hambatan Semantis

Pada hambatan ini hal yang menyangkut konteks pada penyampaian pesan secara efektif dalam hal mengungkapkan sesuatu pesan dengan menggunakan bahasa dan kata – kata.

b. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis merupakan sebuah hal yang terjadi pada saat berkomunikasi mengenai perasaan komunikan pada saat dia

menerima pesan komunikasi yang dapat mempengaruhi cara dia mengimplementasikan pesan. Pesan yang di dapatkan oleh salah satu orang pada saat kondisi seperti sedang marah akan mendapatkan perbedaan makna jika si penerima pesan itu dalam keadaan normal.

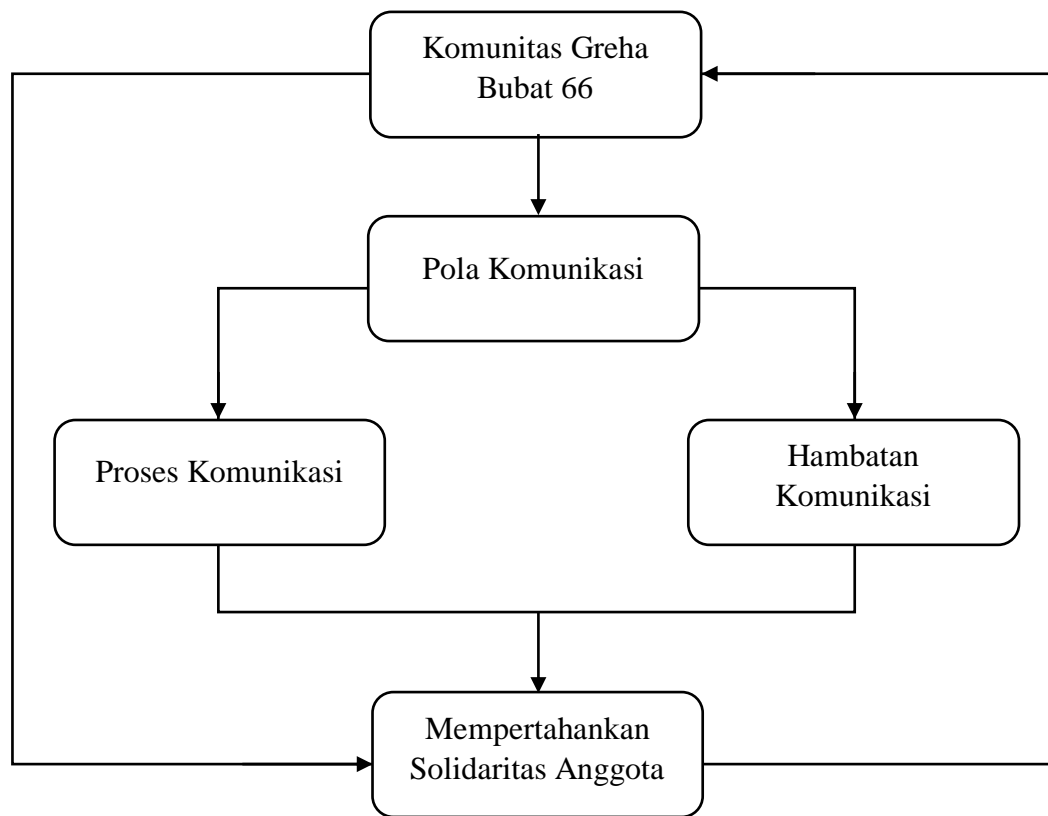
c. Hambatan Mekanis

Hambatan ini disebabkan oleh suatu alat atau sarana yang di gunakan dalam melakukan komunikasi, seperti handphone yang mengeluarkan suara putus – putus dan tidak jelas dikarenakan jaringan yang kurang memadai, lalu gambar pada layar televisi yang tidak jelas.

Hal itulah yang pada saat komunikasi berlangsung

Pada penelitian ini peneliti mencoba untuk menerangkan pola komunikasi kelompok yang dilakukan oleh Greha Bubat 66, peneliti menggunakan sub focus di atas kedalam bentuk seperti proses komunikasi, hambatan komunikasi yang ada di dalam organisasi Greha Bubat 66 sebagai langkah untuk berkomunikasi.

Gambar 2. 1
Alur Pemikiran



Sumber : Peneliti 2022