

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil Penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Pada Organisasi Ekstrakurikuler STUPALA (Studi Peduli Alam dan Lingkungan) Mengenai Pemahaman Melestarikan Alam Di SMA Pasundan 8 Bandung”. Pada Penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan Pola Komunikasi dan Komunikasi Organisasi yang sudah ada, Peneliti dapat melihat dan mencarinya dalam bentuk penelusuran data online (Internet), dan membaca keterangannya di abstrak. Berikut judul penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang Pola Komunikasi dan Komunikasi Organisasi:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode yang Digunakan</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan dengan Penelitian Peneliti</b>
Mahdi Yusril, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019	Pola Komunikasi Sosial Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kabupaten Simeuleu Dalam Upaya Pelestarian Hutan	Pendekatan Kualitatif Studi Deskriptif	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pola komunikasi sosial merupakan suatu model komunikasi yang digunakan kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi mengenai upaya pelestarian hutan, berikut beberapa pola komunikasi sosial yang digunakan dalam berkomunikasi dengan masyarakat, model komunikasi linear, model komunikasi sirkuler, dan model komunikasi spiral. Dimana komunikasi linear	Penelitian Mahdi Yusril lebih berfokus kepada upaya dinas lingkungan hidup dan kehutanan kabupaten simeuleu dalam upaya pelestarian hutan

			merupakan model komunikasi yang sering digunakan dalam bentuk sosialisasi yang pesannya hanya satu arah saja dari komunikator kepada komunikan tanpa adanya umpan balik seperti dalam kegiatan pidato, dan sosialisasi.	
Nur Afrina, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020	Menjaga Kelestarian Lingkungan Dalam Perspektif Islam	Pendekatan Kualitatif Studi Deskriptif	Bermaksud meneliti konsep pelestarian lingkungan dari sudut pandang hukum Islam. Penelitian ini dimaksudkan sebagai upaya pengembangan wawasan keilmuan dan memberikan pemahaman terhadap masyarakat akan arti penting melestarikan ekologi untuk keberlangsungan ekologi secara keseluruhan.	Penelitian Nur Afrina lebih berfokus kepada konsep pelestarian lingkungan dari sudut pandang hukum islam.
Nurul Qurniah Ningsih, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Alaluddin Makassar, 2017	Konsep Pelestarian Lingkungan Hidup Dalam Hukum Islam (Studi Lapangan Di Desa Jombe Kec. Ternatte Kab. Jeneponto)	Pendekatan Kualitatif Studi Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep pelestarian lingkungan dalam Islam, itu belum terpahami dengan jelas di masyarakat khususnya Desa Jombe. Dalam kehidupan modern ini, kerusakan lingkungan sudah banyak terjadi di beberapa daerah, hanya saja dari berbagai resiko yang mungkin lahir dari pencemaran lingkungan itu belum bisa merubah pola pikir masyarakat bahwa betapa pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan	Penelitian Nurul Qurniah Ningsih lebih berfokus kepada konsep pelestarian alam dalam islam belum terpahami dengan jelas di masyarakat khususnya Desa Jombe

## 2.1.1 Tinjauan Mengenai Ilmu Komunikasi

### 2.1.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris 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, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. (Mulyana, 2003)

Pendapat para ahli tentang pengertian-pengertian Komunikasi adalah sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

##### a. Bernard Barelson & Garry A. Steiner:

“Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya”. (Jalaluddin & Mulyana, 2005)

##### b. Theodore M. Newcomb:

“Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima”. (Mulyana, 2005:62)

##### c. Carl I. Hovland:

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambanglambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)”. (Mulyana 2005:62).

d. Everett M. Rogers:

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (Mulyana, 2005:62)

e. Raymond Ross:

“Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator”. (Mulyana, 2005:62)

f. Harold Lasswell:

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect? Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”. (Mulyana, 2005:62)

2. Komunikasi sebagai Transaksi

a. John R. Wenburg dan William W. Wilmot:

“Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna”.(Mulyana, 2005:68)

b. Donald Byker dan Loren J. Anderson:

“Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih”.(Mulyana, 2005,69)

c. William I. Gorden:

“Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan”. (Mulyana, 2005:69)

d. Judy C. Pearson dan Paul E.Nelson:

“Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna”.(Mulyana, 2005:69)

e. Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss:

“Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih”. (Mulyana, 2005:69).

### 2.1.2.2 Unsur Komunikasi

Di dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, menurut Effendy, yang diambil dari definisi Lasswell, terdapat lima unsur Komunikasi, antara lain:

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Lasswell menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu.

1. Komunikator (*communicator*) Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan negara. (Mulyana, 2003 : 63)

Seorang komunikator harus pintar membaca perasaan atau pikiran komunikan, agar komunikan dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.

2. Pesan (*message*)

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh, juga melalui musik, lukisan, patung, tarian, dan sebagainya. (Mulyana, 2003:63)

3. Media (*media*)

Media yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran merujuk pada penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). (Mulyana, 2003:63)

4. Komunikan (*communican*)

Komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami. (Mulyana, 2003 : 64)

### 5. Efek (*Effect*)

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya. (Mulyana, 2003:64)

#### 2.1.2.3 Sifat Komunikasi

Dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana, menjelaskan suatu sifat komunikasi, dilihat dari sifatnya komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Komunikasi dapat bersifat verbal (*verbal communication*).
2. Komunikasi dapat bersifat Non verbal (*nonverbal communication*).
3. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*).
4. Komunikasi bermedia (*mediated communication*). (Mulyana, 2005:44)

#### 2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding,*
2. *To establish acceptance,*
3. *To motivate action.*

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*To motivate action*)

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa orang dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, orang berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan orang untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran orang akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, orang berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang orang perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan orang dengan orang lain. (Mulyana, 2003:4)

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2003:4)

#### **2.1.2.5 Bentuk Komunikasi**

Di dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Deddy Mulyana), terdapat konteks-konteks komunikasi dengan berdasarkan tingkatan (*level*), ada komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi yang paling sedikit sampai komunikasi yang melibatkan jumlah peserta yang paling banyak.

Konteks-konteks komunikasi tersebut, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi

dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tigaorang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

## 2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

## 3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi

kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

#### 4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (*khalayak*), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum (*public*), misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

#### 5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

## 6. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media Massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik). (Mulyana, 2003:72-75)

### 2.1.2 Tinjauan Komunikasi Organisasi

#### 2.1.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Menurut Goldhaber (1979:14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993:201) editor Deddy Mulyana (2006). Mendefinisikan Organisasi sebagai “sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung (interdependent)”. Bila sesuatu saling-bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu sama lainnya. Pola dan sifat hubungan organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitasi kepada organisasi tersebut.

Definisi fungsional komunikasi organisasi menurut (Wayne & Faules, 2000) bahwa: Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

Komunikasi organisasi menurut Persepsi Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010:5) adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan:

1. Komunikasi internal
2. Hubungan manusia
3. Hubungan persatuan pengelola
4. Komunikasi downward (komunikasi dari atasan kepada bawahan)
5. Komunikasi upward (komunikasi dari bawahan kepada atasan)
6. Komunikasi horizontal (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

”Komunikasi organisasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik. Komunikasi Formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip ”. (Mulyana, 2005:75 ).

#### **2.1.2.2 Fungsi Komunikasi dalam Organisasi**

Conrad dalam (Tubbs dan Moss, 2005) mengidentifikasi tiga fungsi utama komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah; fungsi relasional; fungsi manajemen ambigu.

1. Fungsi perintah berkenaan dengan anggota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
2. Fungsi relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan

personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan (*job performance*) dalam berbagai metode. Misal: kepuasan kerja; aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarki organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antarpersona yang baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dilakukan tidak anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dsb.

3. Fungsi manajemen ambigu berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misal: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri; tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

Sementara itu Mudjoto dalam teknik komunikasi yang di kutip oleh Widjaya menyatakan bahwa fungsi komunikasi itu meliputi:

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.

Berdasarkan fungsi komunikasi itu, maka komunikasi memegang peranan penting dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing, karena komunikasi adalah factor yang terpenting dalam menunjang semua kegiatan dalam sebuah organisasi.

Ada pun fungsi komunikasi organisasi dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi yaitu:

1. Fungsi Informatif

Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu system pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif Fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu: a. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan

untuk mengendalikan informasi. b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

#### 4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya, 2007:4.8– 4.10).

### **2.1.2.3 Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi**

#### 1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan. Proses komunikasi internal ini bisa berujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa

merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media massa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk dan informasi-informasi kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan kepada pimpinan.
  - b. Komunikasi horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.
2. Komunikasi Eksternal Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik:

- a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi; press release; artikel surat kabar atau majalah; pidato radio; film dokumenter; brosur; leaflet; poster; konferensi pers.
- b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

### **2.1.3 Tinjauan Tentang Arus Pesan Komunikasi**

Arus komunikasi dalam organisasi yaitu “Arah arus komunikasi organisasi dapat dilihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping”. (Wiryanto dalam deni, 2004:62).

#### **1. Komunikasi ke Atas**

Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya, dari pelaksana ke manajernya. Jenis komunikasi ini mencakup, antara lain:

- a. Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.
- b. Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab.
- c. Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran – saran perbaikan

d. Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

## 2. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karyawannya merupakan komunikasi ke bawah.

## 3. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan pekerja.

## 4. Komunikasi Vertikal

Arus komunikasi vertikal yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*). *Downward communication* yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. *Upward communication* yaitu komunikasi yang terjadi ketika

bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

- a. Penyampaian informasi 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.
- b. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

#### 5. Komunikasi Diagonal

Komunikasi Diagonal merupakan komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi, misalnya ada seorang Anggota komunitas mengeluhkan tentang masalah rapat kepada ketua Komunitasnya.

#### **2.1.4 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 pengeriman informasi” (Wursanto, 2007:154). Effendy dalam bukunya yang

berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyebutkan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder, yaitu:

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, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau 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. (Effendy, 2009:11.16).

### **2.1.5 Tinjauan Hambatan Dalam Komunikasi 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 (1996:14) meringkas beberapa hambatan komunikasi sebagai berikut:

#### **2.1.5.1 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.

#### **2.1.5.2 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.

#### **2.1.5.3 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.

#### **2.1.5.4 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, 2010:82).

### **2.1.6 Tinjauan Tentang Pola 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 membentuk jaringan dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan orang dalam organisasi. Bentuk struktur dan pola itu pun juga akan berbeda-beda. (Arni Muhammad dalam Masmuh, 2008:57).

Menurut GoldHaber yang dikutip oleh Marhaeni Fajar menyebutkan bahwa Komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain. (Fajar, 2009:122)

Komunikasi yaitu Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2001:62).

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).

Salah satu tantangan besar dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah proses yang berhubungan dengan jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi dapat membantu menentukan iklim dan moral organisasi, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada jaringan komunikasi. Tantangan dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruh

bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi.

Pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruhan bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Pengertian pola disini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Peranan individu dalam organisasi di tentukan oleh hubungan antara satu individu dengan individu lainnya. Pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruhan bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Pengertian pola disini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Peranan individu dalam organisasi di tentukan oleh hubungan antara satu individu dengan individu lainnya. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dan jaringan komunikasi. Ada enam peranan komunikasi Organisasi:

1. *Opinion leader*, mereka ini tidaklah selalu orang-orang yang mempunyai otoritas formal dalam suatu organisasi, seperti senioritas atau orang yang dituakan atau orang yang mempunyai pengaruh tinggi bagi anggota organisasi.
2. *Gatekeepers*, mereka berada ditengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan yang telah disaring sebelumnya. Dalam hal ini *gatekeepers* mempunyai kekuasaan dalam memutuskan apakah suatu informasi itu penting atau tidak.

3. *Cosmopolites*, mereka berfungsi mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan luar organisasi serta memberikan informasi tersebut kepada orang-orang tertentu pada lingkungan dalam organisasi.
4. *Bridge*, individu ini berfungsi saling memberi informasi diantara kelompok-kelompok. Memberikan informasi kepada semua Koordinator Bidang, jadi semua Koordinator Bidang dan anggota saling memberikan informasi di dalam organisasi.
5. *Liaison*, senada dengan *bridge*, individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan diantara kelompok-kelompok dalam organisasi, tetapi bukan termasuk anggota dari salah satu anggota tersebut.
6. *Isolate*, orang-orang ini menyembunyikan diri dalam organisasi atau diasingkan oleh anggota lainnya. Orang tersebut bisa karena pernah memiliki masalah atau konflik dengan anggota lain, sehingga dia mengasingkan diri. Tetapi *Isolate* ini masih dianggap sebagai anggota hanya saja orang tersebut sudah tidak aktif dalam organisasi.

Menurut Rakhmat (2001:162-163), terdapat 5 (lima) pola komunikasi yaitu roda (*wheel*), rantai (*chain*), Y, lingkaran (*circle*), dan bintang (*star* atau *networks*).

1. Roda (*wheel*)

Merupakan pola komunikasi yang dianggap yang terbaik dibandingkan dengan pola komunikasi lainnya. Fokus perhatian dari pola ini adalah seseorang (pemimpin). Apakah pemimpin tersebut dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, dan tidak ada masalah

komunikasi, waktu dan feedback dari anggota kelompok. Tetapi, setiap anggota kelompok hanya dapat berhubungan dengan pemimpinnya. Pola komunikasi ini menghasilkan produk kelompok yang tercepat dan terorganisasi.

## 2. Rantai (*chain*)

Merupakan pola komunikasi yang memiliki permasalahan yang sama dengan pola komunikasi lingkaran. Dalam pola komunikasi rantai, anggota terakhir yang menerima pesan yang disampaikan oleh pemimpin seringkali tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga, pemimpin tidak dapat mengetahui hal tersebut karena tidak adanya umpan balik yang disampaikan.

## 3. Bentuk Y

Merupakan pola komunikasi yang sangat rumit dan juga memiliki masalah komunikasi yang sama seperti yang terjadi dalam pola komunikasi lingkaran dan rantai. Tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang di sampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang di sampingnya saja.

## 4. Lingkaran (*circle*)

Pada pola ini, pengirim atau pemimpin dapat berkomunikasi dengan anggota kelompok yang lain yang berada dekat dengannya. Tidak ada anggota kelompok lain yang tidak dapat menerima pesan secara langsung dan mereka menerima pesan dari anggota kelompok yang lain yang membagi pesan dari pengirim. Dalam pola ini, pesan dari pengirim berjalan

ke seluruh anggota kelompok dan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai kembali kepada pengirim. Setiap orang hanya dapat berkomunikasi dengan dua orang yaitu di samping kiri dan kanannya. Di sini tidak ada pemimpin. Pola komunikasi lingkaran merupakan pola yang paling lambat dalam memecahkan masalah. Pola komunikasi lingkaran juga cenderung melahirkan banyak kesalahan.

#### 5. Bintang (*star*)

Semua saluran dari setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain. Pada pola, semua saluran tidak terpusat pada satu orang pemimpin. Pola ini juga paling memberikan kepuasan kepada anggota-anggotanya, dan yang paling cepat menyelesaikan tugas bila tugas berkenaan dengan masalah yang sukar.

#### **2.1.7 Tinjauan Tentang Studi Peduli Alam dan Lingkungan (STUPALA)**

STUPALA merupakan suatu organisasi yang bergerak di bidang pecinta alam di SMA Pasundan 8 Bandung, yang dimana setiap siswa atau siswi SMA Pasundan 8 Bandung yang tertarik dan minat untuk mengetahui kegiatan alam dan keinginan untuk melestarikan alam dapat bergabung dalam organisasi ini.

Di dalam organisasi ini bukan hanya mengajarkan kita untuk mengetahui bagaimana caranya melestarikan alam, tetapi di organisasi ini mengajarkan juga bagaimana cara untuk bertahan hidup (*survival*) ada juga kegiatan lainnya seperti susur goa, panjat tebing, rafting, dan juga belajar hidup di alam liar.

Mungkin untuk pertama yang mengikuti organisasi pun disini di ajarkan bagaimana caranya untuk berorganisasi, berhubungan dengan orang luar, maupun dengan instan lainnya seperti polisi dan perhutani.

STUPALA pun juga mempunyai kegiatan yang dimana selain anggota-nya dapat mengikuti kegiatan *hiking* di setiap tahunnya siswa atau siswi di perbolehkan untuk merasakan naik gunung dengan catatan siswa atau siswi tersebut mengikuti aturan yang STUPALA berikan agar para siswa dan siswi tidak mengalami hal-hal yang tidak di inginkan.

STUPALA juga memiliki nama untuk setiap angkatan itu merupakan hasil dari musyawarah setiap anggota yang berhasil menjadi anggota penuh, untuk menjadi anggota penuh STUPALA mempunyai beberapa seleksi dan beberapa kegiatan yang wajib anggota muda ikuti. Mulai dari siswa, lalu pengembaraan untuk pengambilan nomor anggota muda, setelah itu ada masa bimbingan (MABIM) yang dimana kegiatan MABIM ini untuk melatih skill para anggota muda agar setelah menjadi anggota penuh dapat memberikan ilmu kepada anggota baru. Di MABIM ini ada 3 kegiatan untuk sampai akhir dan menjadi anggota penuh yaitu, panjat tebih, rafting, dan hutan rimba, untuk susur goa di STUPALA ini masih belum di aplikasikan karena di butuhkan pengawas dan pengalaman yang sangat bagus untuk meminimalisir tidak terjadinya hal yang tidak di inginkan. Setelah masa bimbingan (MABIM) anggota muda akan di lakukan hasil dari MABIM itu dengan nama PENGEMBARAAN disini anggota muda mulai menyusun kegiatan, tujuan, logistic, dan juga waktu mereka yang menentukan

sendiri yang dimana dari masa bimbingan itu anggota muda masih di beritahu oleh anggota penuh bagaimana cara untuk Menyusun kegaitan.

## 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 dengan fokus penelitian adalah studi deskriptif *pola komunikasi organisasi Studi Peduli Alam dan Lingkungan*. Pola komunikasi menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa:

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 dalam Nurohman, 2011: 10)

Sedangkan menurut GoldHaber yang dikutip oleh Marhaeni Fajar menyebutkan bahwa Komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain. (Fajar, 2009:122)

Peranan individu dapat ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini pula ditentukan oleh pola komunikasi individu dengan arus pesan dalam jaringan informasi. Ada enam pola komunikasi, yaitu:

1. *Opinion Leader* adalah pimpinan informal dalam organisasi.
2. *Gatekeepers* adalah individu yang mengontrol arus informasi diantara anggota organisasi.
3. *Cosmopolites* adalah individu yang menghubungkan antara organisasi dengan lingkungannya.
4. *Bridge* adalah anggota kelompok dalam organisasi yang menghubungkan kelompok satu dengan kelompok lainnya.
5. *Liaison* hampir sama peranannya dengan *bridge* tetapi individu itu bukanlah anggota dari satu kelompok yang menghubungkan dengan kelompok lainnya.
6. *Isolate* adalah anggota organisasi yang di asingkan oleh anggota lain tapi dia mempunyai kontak dengan anggota orang lain dalam organisasi. (Muhammad, 2001 : 103)

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi dan peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan 47 orang dalam komunikasi. Bentuk struktur dari pola itupun juga akan berbeda. (Muhammad, 2001:102)

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi dan peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan 47 orang dalam komunikasi. Bentuk struktur dari pola itupun juga akan berbeda. (Muhammad, 2001:102)

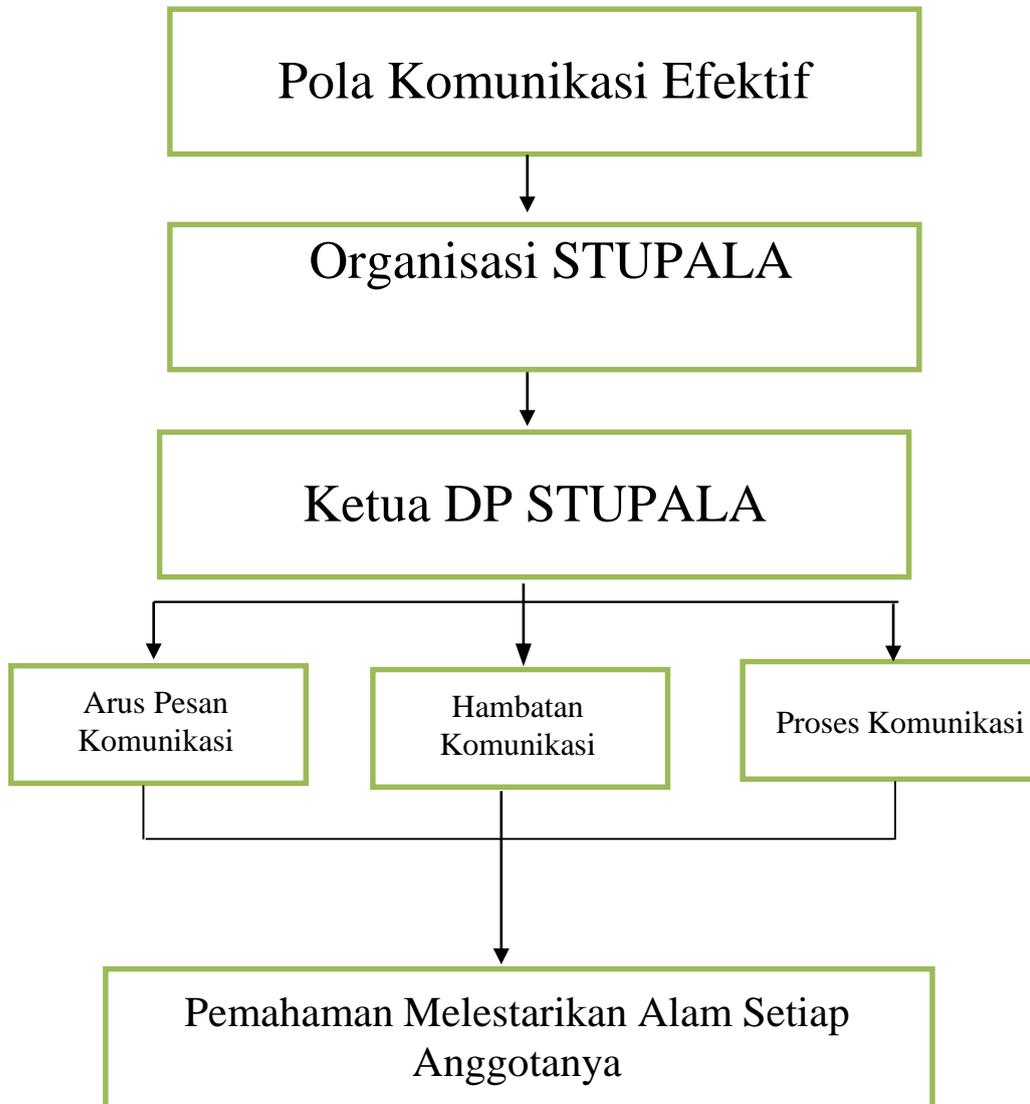
Dari pernyataan yang telah dijelaskan tersebut terdapat tiga konsep yang digunakan yaitu arus pesan komunikasi, proses komunikasi dan hambatan

komunikasi. Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan secara formal maupun tidak formal.

Peranan individu dapat ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Oleh karena itu peneliti berusaha memahami pola komunikasi dalam STUPALA, dengan dari pernyataan tersebut terdapat tiga konsep yaitu arus pesan komunikasi, proses komunikasi dan hambatan organisasi. Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Pola Komunikasi Organisasi STUAPLA (Studi Peduli Alam dan Lingkungan) Mengenai Pemahaman Melestarikan Alam di SMA Pasundan 8 Bandung. Dalam pemahaman mengenai alam 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 paham antara sesama anggota dalam organisasi. Sedangkan komunikasi antar anggotanya pun memungkinkan setiap anggota organisasi menangkap reaksi dari sesama anggota, secara langsung, baik komunikasi verbal ataupun non verbal. Hal-hal di atas sangat diperlukan oleh Organisasi STUAPALA dan para anggotanya guna untuk melaksanakan kegiatan - kegiatan yang dapat memperluas pemahaman melestarikan alam. Tentunya dalam pemahaman melestarikan alam dibutuhkan keselarasan antar anggota yang akan menjadi ketetapan dalam mencapai tujuan

bersama. Dari kerangka pemikiran ini peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pikiran, sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis. Penjelasan dari alur pikir diatas adalah pada dasarnya dalam suatu organisasi dibutuhkan suatu komunikasi yang efektif yaitu dengan melalui komunikasi organisasi. Agar Organisasi STUAPLA Mengenai Pemahaman Melestarikan Alam di SMA Pasundan 8 Bandung maka dibutuhkan pola komunikasi dalam organisasi yang efektif agar dari dalam diri setiap anggota muncul rasa ingin mempertahankan eksistensinya. Namun untuk mencapai tujuan tersebut ada tiga hal yang akan mereka lewati yaitu melalui arus pesan komunikasi, proses komunikasi dan hambatan komunikasi. Adapun gambar alur pikir penelitian seperti di bawah ini:

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



*Sumber : Peneliti, 2023*