

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini adalah hasil dari penelitian – penelitian terdahulu terutama yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian tersebut mencakup aspek – aspek yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding. Sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini hingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait masalah dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1
Matriks Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Vianita Asifa 2021	Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Memotivasi Kinerja Pegawai (Studi Kualitatif Deskriptif Di Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Perhubungan Kabupaten Bandung)	Penelitian Pendekatan Kualitatif Dengan Metode Penelitian Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan komunikasi kepemimpinan dalam memotivasi kinerja pegawai dilakukan dengan membangun komunikasi yang baik dengan bawahan, memperhatikan hak dan kewajiban pegawai, merawat sarana prasarana dengan baik walaupun belum memadai, dan mengadakan acara kegiatan bersama untuk mempererat kekeluargaan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Memotivasi Kinerja Pegawai.
2	Ricky Aditya Subagja 2020	<i>Strategi Komunikasi Ketua Organisasi Masyarakat Buah Batu Corps Pada Anggotanya.</i>	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Studi Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menentukan tujuan strategi yang dilakukan ketua selalu mencanangkan program kerja kepada setiap anggotanya guna diterima dengan baik oleh masyarakat dan menghilangkan stigma negative khususnya Ormas Buah Batu Corps.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran dan mendeskripsikan mengenai “Strategi Komunikasi Ketua Organisasi Masyarakat Buah Batu Corps Pada Anggotanya”
3	Kuniah Kunaenah 2018	<i>Strategi Komunikasi Komunitas Greeners Melalui Program Edugreen Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Hijau Di Kota Bandung</i>	Penelitian Pendekatan Kualitatif Dengan Metode Penelitian Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi di lihat dari perencanaan yang melibatkan koordinator dan tim inti untuk merencanakan susunan acara kegiatan edugreen. Pesan yang	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi komunitas Greeners melalui program kegiatan edugreen dalam mensosialisasikan pelestarian

				disampaikan verbal dan non verbal, media yang digunakan berupa media cetak brosur dan banner serta media sosial instagram dan facebook	lingkungan hijau di Kota Bandung.
4	Anugra Nursamsami, Jasmal A. Syamsu, Muh. Hasrul 2020	Strategi Komunikasi Pengurus KNPI Sulawesi Selatan Untuk Mendorong Partisipasi Program Kemitraan Organisasi Kepemudaan	Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi di KNPI Sulawesi Selatan adalah menitikberatkan pada penyaluran pesan baik secara formal maupun informal dan juga menitikberatkan pada motivasi dan iklim komunikasi organisasi yang cukup kondusif. Sedangkan untuk bentuk keikutsertaan organisasi kepemudaan yang berkumpul di KNPI Sulawesi Selatan hanya ada dua bentuk yaitu sebagai kepanitiaan dalam program kerja kemitraan dengan KNPI Sulsel atau program kerja partisipatif, dan sebagai peserta program kemitraan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran strategi komunikasi KNPI Sulawesi Selatan sebagai bentuk partisipasi pemuda dan untuk mengetahui bentuk keterlibatan organisasi kepemudaan yang tergabung dalam KNPI Sulawesi Selatan.

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, dan perkataan ini bersumber dari *communis*. Perkataan

communis tersebut dalam pembahasan ini sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik, arti *communis* disini adalah *sama*, dalam artikata sama.

Pengertian kata “Komunikasi” berasal dari Bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, dalam Vardiansyah, 2004).

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesimbangan 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.

Menurut Fisher ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat *eklektif*. Sifat eklektif ilmu komunikasi yang digambarkan oleh Wilbur Schramm sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasnya. Schramm membandingkan ilmu komunikasi dengan kota purba *Babeth-Dehre*. Di kota itu para pengembara lewat, singgah, dan meneruskan perjalanan. Bekas persinggahan para pengembara tersebut menunjukkan keluasan ilmu komunikasi. (Wiryanto, 2008)

Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe mengatakan dalam buku Wiryanto

“Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories

containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect” (Ilmu Komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori – teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya). (Wiryanto, 2008).

Definisi yang dikemukakan Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe cukup memadai untuk menerangkan berbagai konteks komunikasi. Bahkan termasuk untuk menerangkan produksi, pemrosesan, efek atau sistem signal di dalam komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi, komunikasi massa, komunikasi kelompok, komunikasi politik, komunikasi pendidikan, komunikasi pembangunan, komunikasi penyuluhan dan lain – lain. (Wiryanto, 2008)

Komunikasi adalah sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator (Wiryanto, 2008)

Aristoteles, seorang ahli filsafat Yunani Kuno menerangkan dalam bukunya “*Rhetorica*” sebagaimana yang dikutip oleh Hafidz Cangara mengatakan bahwa,

“Suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukung, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan.” (Cangara, 2005).

Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika, karena pada zaman Aristoteles *retorika* menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya dapat

terjadi apabila seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya dapat terjadi apabila didukung oleh adanya komponen atau elemen komunikasi yang diantaranya adalah sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Ada beberapa pandangan tentang banyaknya unsur komunikasi yang mendukung terjadi dan terjalannya komunikasi yang Efektif. Secara garis besar komunikasi telah cukup didukung oleh tiga unsur utama yakni sumber, pesan dan penerima, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain ketiga unsur yang telah disebutkan.

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur – unsur yang harus dipahami, menurut Onong Uchjan Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicangkup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur – unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikator adalah Orang yang menyampaikan pesan
2. Pesan adalah Pernyataan yang didukung oleh lambang
3. Komunikasi adalah Orang yang menerima pesan
4. Media adalah Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
5. Efek adalah Dampak sebagai pengaruh dari pesan (Effendy, 2002)

2.1.2.3 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat adapun beberapa sifat komunikasi tersebut:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*) Lisan (*Oral*) Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*) Gerakan atau isyarat badaniah (*Gestural*) Gambar (*Pictorial*). (Effendy, 2011)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa menggunakan media apapun, komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.2.4 Fungsi-Fungsi Komunikasi

Komunikasi begitu penting bagi manusia, sehingga komunikasi memiliki beberapa fungsi, Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*To Inform*)

adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*To Educate*)

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

3. Menghibur (*To Entertain*)

adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*To Influence*)

adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan

Fungsi komunikasi selanjutnya dalam buku *Interpersonal Skill* karya Manap Solihat, Melly Maulin P., Olih Solihin. Fungsi komunikasi menurut Harol D. Laswell, yaitu:

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 di identikan 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. (Solihat et al., 2015)

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (attitude change)
2. Perubahan pendapat (opinion change)

3. Perubahan perilaku (behavior change)
4. Perubahan sosial (social change). (Effendy, 2011)

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Proses komunikasi mungkin dilakukan oleh individu maupun kelompok dan bahkan oleh organisasi. Telaah yang dibutuhkan adalah bagaimana strategi komunikasi ini dapat diterima sebagai suatu pendekatan maupun model dalam kajian praktis. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan 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, 2011)

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negative, sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu proses kegiatan yang berjalan secara terus-menerus dalam kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi menjadi sebuah alat untuk menentukan arah dari bentuk komunikasi yang dilakukan, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif tidak dapat dipungkiri banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Strategi komunikasi tidak lepas dari proses perencanaan atau langkah yang menggunakan pesan dan media. Pesan adalah suatu gagasan atau ide yang telah dituangkan ke dalam lambang untuk disebarakan atau diteruskan oleh komunikator kepada komunikan.

Pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satuorang ke orang lainnya. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Secara umum, jenis pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal adalah jenis

pesan yang penyampaiannya menggunakan kata kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya, sedangkan pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerakgerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan.

2.1.3.2 Sifat Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada didalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Dengan demikian, berbicara sifat strategi komunikasi maka keberadaannya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi. Dengan demikian, sifat strategi komunikasi dapat dijelaskan diantaranya sebagai berikut :

1. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
2. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
3. Membutuhkan setting komunikasi yang jelas.
4. Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi.
5. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
6. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektifitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikasi

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. Mengingat strategi komunikasi ini tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman, khususnya dalam bidang industri dan bisnis ekonomi sehingga pakar komunikasi kemudian memikirkan satu pendekatan efektif dalam konteks komunikasi.

Dengan demikian, ada sifat khusus dari keberadaan strategi komunikasi ini, yaitu mencerminkan suatu epistemologis dari semua implementasi model, teori, dan jenis komunikasi sehingga mampu memperoleh target komunikasi yang unggul

2.1.4 Tinjauan Tentang Organisasi

2.1.4.1 Definisi Organisasi

Organisasi adalah kesatuan susunan yang terdiri dari sekelompok orang-orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang dapat dicapai secara lebih efektif dan tentunya efisien melalui tindakan yang dilakukan secara bersama-sama, dimana tindakan tersebut mempunyai pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab bagi tiap-tiap personal yang terlibat didalamnya untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. (Sulaksono, 2015)

Satu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Tugas yang terlalu besar atau terlalu kompleks untuk ditangani oleh satu orang, oleh karena itu suatu organisasi dapat kecil seperti usaha dua orang individu atau juga dapat sangat besar yang melibatkan banyak orang dalam interaksi kerja sama (Silviani, 2020)

Organisasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia dalam rangka mencapai tujuan dan cita-cita bersama. Berbagai macam organisasi baik formal maupun non formal hadir ditengah tengah kehidupan manusia dan menjadi bagian penting didalamnya. Misalnya saja yang paling dekat dengan kehidupan kita, organisasi karang taruna yang berada di lingkungan tempat tinggal, atau organisasi pekerjaan dan perusahaan tempat kita bekerja bahkan instansi pemerintah juga termasuk dalam organisasi yang sering kita jumpai.

2.1.4.2 Bentuk-bentuk Organisasi

Dalam praktiknya bentuk organisasi disesuaikan dengan bidang usaha yang dijalankan. Kemudian juga disesuaikan dengan kebutuhan organisasi itu sendiri.

Berikut ini beberapa jenis bentuk organisasi yang umum:

1. Bentuk organisasi yang ditinjau dari jumlah pimpinan puncak dapat dibedakan:
 - a. Organisasi yang memiliki pimpinan puncak satu orang. Contohnya, pada perusahaan perseorangan.
 - b. Organisasi yang mempunyai pimpinan puncak lebih atau dewan.
Contohnya, pada perseroan terbatas
2. Bentuk organisasi berdasarkan hubungan-hubungan wewenangnya. Wewenang masing-masing baik lini, staf maupun fungsional sebagai berikut:
 - a. Wewenang lini ialah wewenang yang menimbulkan tanggung jawab atas tercapainya tujuan-tujuan perusahaan.

- b. Wewenang staf ialah wewenang yang membantu agar orang yang mempunyai wewenang lini bekerja secara efektif dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan.
- c. Wewenang fungsional ialah wewenang yang diberikan kepada seseorang atau departemen untuk dapat mengambil keputusan mengenai hal-hal yang berada di departemen yang lain.

2.1.4.3 Ciri-Ciri Organisasi

Organisasi memiliki ciri yang bisa dijadikan pembeda dengan aktivitas sosial lainnya. Ciri organisasi diantaranya adalah :

1. Memiliki anggota atau sekelompok orang di dalamnya yang berjumlah 2 orang atau lebih untuk bisa menjalankan organisasi sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan
2. Memiliki tujuan organisasi yang akan dicapai bersama. Sehingga kegiatan yang dilakukan di dalamnya akan lebih jelas
3. Saling bekerja sama menjadi ciri khas utama dalam organisasi karena bagaimanapun setiap anggota yang ada di dalamnya harus bisa saling membantu untuk mencapai tujuan organisasi
4. Peraturan yang dibuat untuk kepentingan setiap anggota dalam organisasi tentu sangat penting untuk membatasi sumber dayanya tetap bisa bekerja sama dengan baik dalam menjalankan pekerjaannya
5. Pembagian tugas yang sinergis akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dalam organisasi tersebut, tentunya juga dengan pertimbangan bidang berdasarkan tujuan organisasi yang ditentukan

2.1.5 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.5.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Mempelajari organisasi adalah mempelajari perilaku pengorganisasian, dan inti perilaku tersebut adalah komunikasi. Setelah mengetahui hakikat organisasi dan komunikasi, maka kita dapat melihat arah dan pendekatan yang ada pada komunikasi organisasi.

“Komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan orang-orang. Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin ilmu yang mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat”. (Pace R. & Faules, 2001).

Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Sebuah organisasi adalah sesuatu yang bersifat fisik dan kongkret, dan merupakan struktur dengan batas-batas yang pasti. Istilah “organisasi” mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan.

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam bukunya adalah sebagai Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2008)

Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang di organisasi 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.

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.

2.1.5.2 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli berikut ini :

1. Memahami peristiwa komunikasi didalam organisasi.
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertical yang terdiri dari downward communication dan upward communication serta komunikasi horizontal.

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan. (Pace R. & Faules, 2001)

2.1.5.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Sandjaja dalam Bungin komunikasi dalam organisasi memiliki empat fungsi, yaitu; fungsi informatif, regulatif, persuasif, integratif.

1. Fungsi *informative*, yaitu organisasi dapat di pandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.
2. Fungsi *regulative*, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu:
 - a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau instruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya.
 - b. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja.
3. Fungsi *persuasive*, dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang di harapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya dari pada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar di banding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
4. Fungsi *integrative*, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan

dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu:

- a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, *newsletter*) dan laporan kemajuan organisasi.
- b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi. (Bungin, 2007)

2.1.5.4 Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

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

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)

2.1.5.5 Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain dalam organisasi. Jaringan organisasi ini

berbeda besar dan strukturnya pada masing-masing organisasi, dan biasanya disesuaikan dengan kepentingan dan tujuan organisasi tersebut. Secara umum jaringan komunikasi dapat dibedakan atas dua bagian yaitu: jaringan komunikasi *Formal* dan jaringan komunikasi *Informal*. Dengan kata lain hubungan yang terjadi dalam organisasi dapat terjadi secara formal dan informal.

1. Komunikasi formal

komunikasi yang terjadi diantara para anggota organisasi yang secara tegas telah direncanakan dan ditentukan dalam struktur organisasi formal. Komunikasi formal ini mencakup susunan tingkah laku organisasi, pembagian departemen atau tanggung jawab tertentu, posisi jabatan, dan distribusi pekerjaan. Ada tiga bentuk arus komunikasi dalam jaringan komunikasi formal seperti yang tertera dalam struktur yakni:

a. *Downward communication* (komunikasi ke bawah)

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari atas ke bawah. Komunikasi ke bawah biasanya diberikan oleh pimpinan kepada bawahan atau kepada para anggota organisasi dengan tujuan untuk memberikan pengertian mengenai apa yang harus dikerjakan oleh para anggota sesuai dengan kedudukannya. Pesan-pesan tersebut dapat dijalankan melalui kegiatan: Pengarahan, petunjuk, perintah, teguran, penghargaan, dan keterangan umum. Menurut Lewis (dalam Arni, 2002), komunikasi ke bawah juga dimaksudkan untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan, dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri

dengan perubahan. Komunikasi ke bawah ini dapat diberikan secara lisan, tertulis, dengan gambar atau simbol-simbol, dalam bentuk surat edaran, pengumuman atau buku-buku pedoman karyawan/anggota

b. *Upward communication* (komunikasi ke atas)

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawah ke atas, yakni pesan yang disampaikan oleh para anggota organisasi/ bawahan kepada pimpinan. Komunikasi ini dimaksudkan untuk memberikan masukan, saran atau bahan-bahan yang diperlukan oleh pimpinan agar pimpinan dapat melaksanakan fungsi dengan sebaik-baiknya. Selain itu komunikasi ke atas ini juga menjadi saluran bagi para anggota/karyawan untuk menyampaikan pikiran, perasaan yang berkaitan dengan tugas-tugasnya. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan: pemberian laporan, pemberian saran/pendapat, baik secara lisan, tertulis atau dengan menggunakan simbol dan gambar.

c. *Horizontal communication* (komunikasi horizontal).

Komunikasi horizontal atau mendatar terjadi diantara orang-orang yang mempunyai kedudukan sederajat atau satu level. Pesan yang disampaikan biasanya berhubungan dengan tugas-tugas, tujuan kemanusiaan, saling memberi informasi, penyelesaian konflik, dan koordinasi. Koordinasi diperlukan untuk mencegah tendensi-tendensi, selain itu juga dimaksudkan untuk memelihara keharmonisan dalam organisasi. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan cara; rapat-rapat komite, interaksi informal, memo dan nota, dan lain-lain. (Lubis, 2010)

2.1.6 Tinjauan Tentang Pembinaan

Menurut kamus Bahasa Indonesia “Pembinaan” berasal dari kata “bina” yang memiliki arti sama dengan “bangun”. Definisi pembinaan adalah suatu proses atau cara perbuatan membina atau membangun untuk menyempurnakan sekelompok atau segelintir orang agar memperoleh hasil lebih baik. Jadi pembinaan ini dapat diartikan juga sebagai pembaharuan membuat sesuatu menjadi sesuai atau cocok dengan kebutuhan yang lebih baik.

Pembinaan adalah proses pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha perbaikan dan akhirnya mengembangkan, dengan demikian pembinaan adalah sejauh mana usaha dari kegiatan mengenai perencanaan, pengorganisasian, pembiayaan, penyusunan program, koordinasi pelaksanaan dan pengawasan suatu pekerjaan secara berdaya guna dan berhasil mencapai tujuan dengan semaksimal mungkin. (Widjaja, 2001)

Menurut Mangunhardjana bahwa unsur-unsur dalam pembinaan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Isi sesuai dengan tingkat perkembangan dan pengetahuan para peserta pembinaan maupun berhubungan dengan pengalaman mereka.
2. Isi tidak selalu teoritis, tetapi praktis dalam arti dapat dibahas dan dikembangkan dari berbagai pandangan dan pengalaman para peserta, dapat dipraktekkan dengan waktu yang tersedia (Mangunhardjana, 2004)

Penyalahgunaan bisa dihindari, jika para aparatur sebagai pelaksana dalam menjalankan proses pemerintahan secara konsisten menyadari tugasnya.

Pembinaan adalah usaha memelihara, melatih dan meningkatkan menjadi lebih baik lagi, agar pembinaan dapat berjalan baik, maka dilakukan beberapa cara :

1. Pemberian Bimbingan

Pemberian bimbingan merupakan proses pemberian bantuan kepada Organisasi Kepemudaan secara terus menerus agar dapat mencapai kemandirian dalam pemahaman diri, sehingga dapat mengarahkan Organisasi Kepemudaan sesuai aturan yang berlaku.

2. Memberikan pengarahan

Memberikan Pengarahan merupakan perencanaan untuk mengikat para Organisasi Kepemudaan untuk bersedia menyumbangkan tenaga dan idenya secara efektif dan efisien untuk mencapai sebuah tujuan.

3. Memberikan Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan Pelatihan diselenggarakan dan diarahkan untuk membekali, meningkatkan dan mengembangkan kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktifitas dan kesejahteraan.

4. Memberikan Instruksi- Instruksi

Memberikan Intruksi merupakan pemberian perintah secara langsung ataupun tidak langsung kepada Organisasi Kepemudaan untuk melakukan sesuatu hal berdasarkan kemampuan masing- masing Organisasi.

5. Memberikan Buku Petunjuk

Memberikan Buku Petunjuk merupakan Memberikan referensireferensi yang berkaitan dengan masing- masing Organisasi Kepemudaan untuk menjalankan visi dan misi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengemukakan beberapa kerangka pemikiran sebagai suatu pendapat yang dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya berdasarkan pendapat para ahli.

Bagaimana strategi komunikasi organisasi KNPI Jawa Barat dalam menjalankan pembinaan kepada organisasi kemasyarakatan dan pemuda. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi yang dilaksanakan dalam menjalankan pembinaan oleh KNPI.

Keberhasilan strategi komunikasi tentunya tidak bisa begitu saja diperoleh tanpa menganalisis keunggulan-keunggulan dan kesiapan semua komponen-komponen yang terlibat di dalamnya. Agar dalam menerapkan suatu strategi komunikasi ini berhasil maka segala sesuatu harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari suatu permasalahan yang ada.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*

“Strategi komunikasi merupakan panduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu waktu tergantung dari situasi dan kondisi.” (Effendy, 2011)

Menurut Middleton seorang pakar perencanaan komunikasi yang dikutip didalam buku Hafied Cangara yang berjudul *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* mengatakan :

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, media, penerima sampai pada pengaruh (*effect*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Middleton dalam Cangara, 2013: 61)

Definisi diatas merupakan landasan dasar pemikiran peneliti untuk menemukan sub fokus yang diteliti. Bertolak dari definisi diatas peneliti menekankan pada sub fokus yang terdapat dalam Strategi Komunikasi untuk menganalisa penelitian yaitu pesan, media, hambatan dan evaluasi. Adapun pengertian dari keempat sub fokus penelitian tersebut adalah:

2. Pesan

Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Dengan memahami tujuan yang ingin dicapai maka perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak mengenai Pembinaan. Pesan yang disampaikan melalui pembinaan KNPI tentu dipikirkan secara mendalam agar tujuan komunikasi dapat tercapai. Untuk itu diperlukan kunci-kunci pesan yang cocok dengan tujuan.

3. Media

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi pesan yang disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh dan kemasan pesan untuk komunitas/bidang tertentu seperti misalnya bidang Organisasi Kemasyarakatan dan Pemuda. Memilih media apa yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Memilih saluran (media) apa yang tepat untuk menjalankan pembinaan KNPI.

4. Hambatan

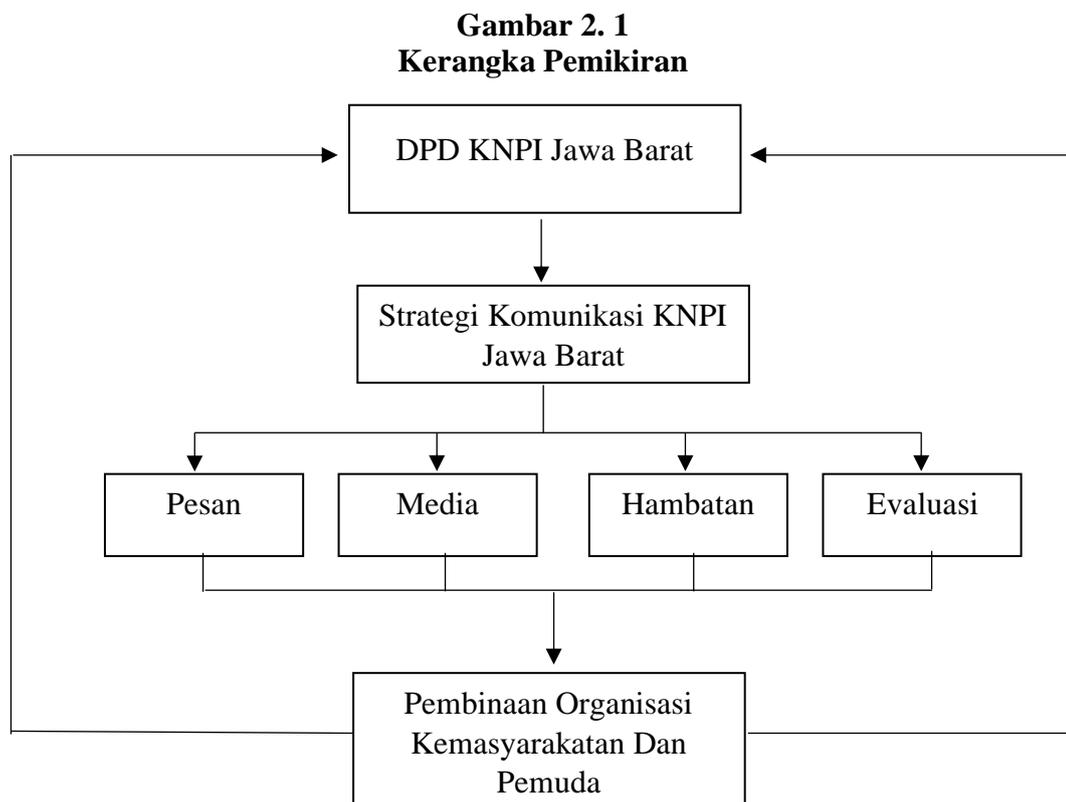
Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dikarenakan adanya perbedaan simbol, bahasa, ataupun perspektif antara apa yang dipergunakan dalam penyampaian pembinaan KNPI kepada Organisasi Kemasyarakatan dan Pemuda

5. Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang sudah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi dalam menjalankan pembinaan kepada organisasi kemasyarakatan pemuda. Apakah melalui pembinaan KNPI

kepada Organisasi Kemasyarakatan dan pemuda sudah menerima (*feedback*) dan mengerti isi pesan yang disampaikan, dan apakah ada perubahan perilaku dan sikap pada peserta pembinaan sesuai dengan tujuan KNPI.

Dalam kerangka pemikiran konseptual bila diaplikasikan mengenai strategi komunikasi organisasi KNPI Jawa Barat dalam menjalankan pembinaan organisasi kemasyarakatan dan pemuda dapat digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran pada gambar 2.1 di bawah ini :



Sumber : Peneliti 2023