

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori lebih dahulu. Mencari kepustakaan yang terkait dengan tugas, lalu menyusunnya. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto, 2019: 37)

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Widyaiswara Melalui Program Diklat Pengadaan Barang dan Jasa Kepada Peserta.

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut ini peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang penelitian sejenis.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama Tahun	Izmi Denisa Jasmine	Drianda Septa	Titik Fitria Handayani, Henny Afrianti & Syisva Nurwita
	2017	2017	2015
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Devisen Bengkulu
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Humas Resources Development (HRD) PT. Sucofindo (Persero) Bandung Melalui Program Diklat Change Management Dalam Meningkatkan Prestasi Karyawan	Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur Melalui Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Analytical Thinking and Creatif Problem Solving Di Kota Bandung	Strategi Komunikasi Instruksional Widyaiswara Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Bengkulu Dalam Pembelajaran
Metode Penelitian	Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Human Resources Development (HRD) PT. SUCOFINDO (Persero)) Bandung melalui Program Pendidikan dan Pelatihan (DIKLAT) Change Management.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Analytical Thinking And Creatif Problem Solving Oleh Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia APARATUR (PPSDM APARATUR) Kota Bandung dalam Memberikan Motivasi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi struktural PT Widyaiswara Badan Penjaminan Mutu Pendidikan Bengkulu dalam belajar.

		Kinerja kepada Peserta	
Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian bahwa Perencanaan yang dilakukan Human Resource Development bekerja sama dengan manager dalam menentukan target sasaran dari program ini dan apa saja yang harus dilakukan saat akan menyelenggarakan DIKLAT Change Management melalui Training Need Analysis. Pesan yang disampaikan Human Resources Development dalam program ini antaranya menjelaskan motivating Change, Creating a Vision, Developing Political Support, Managing the Transition, dan Sustaining Momentum. Kegiatan yang diselenggarakan oleh Human Resources Development untuk mendapat pemahaman dan efek bagi peserta yang mengikutinya mengenai program yang dilaksanakan dan memotivasi mindset untuk perubahan. Evaluasi program yang dilakukan setelah melaksanakan program adalah, dengan melakukan</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa rancangan tujuan adanya komunikator sebagai kemudahan proses komunikasi dengan pemilihan yang langsung oleh PPSDM APARATUR seorang komunikator harus bersikap terbuka, ramah, memiliki daya tarik serta kompetensi harus menguasai pengetahuan yang lebih mengenai diklat, pandai melakukan pendekatan dengan mengenalkan diri serta memiliki cara penyampaian yang melakukan komunikasi dua arah.</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tahap Pra-Instruksional, Widyaiswara Bengkulu melakukan persiapan menerapkan pelatihan yang ditunjukkan oleh surat penugasan dan arahan manajemen, menyusun Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan Silabus Pembelajaran, kembangkan strategi akan dijalankan dalam pelatihan, mempelajari perilaku yang masuk dan kebutuhan sebelumnya oftraining peserta selama pelatihan. Pada Tahap Instruksional langkah-langkahnya dengan menentukan rumusan tujuan pengajaran pendidikan dan pelatihan, dibayar perhatian pada validitas dan relevansi materi yang akan disampaikan ke pelatihan peserta, menggunakan berbagai pembelajaran untuk melanjutkan proses pembelajaran, meynyesuaikan media digunakan untuk tujuan pembelajaran, menetapkan sumber/bahan ajar sesuai dengan</p>

	<p>rapat dan melihat hasil Communities of Parctice (COP) dari peserta.</p>		<p>kebutuhan peserta pelatihan, ditentukan waktu yang tepat dan tujuan yang tepat untuk dicapai, mendorong pelatihan peserta untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Pada tahap evaluasi, langkah yang dilakukan yaitu evaluasi pelatihan peserta dalam bentuk penilaian di akhir dan penilaian selama pelatihan melalui pertanyaan tesis.</p>
<p>Perbedaan dengan Peneliti</p>	<p>Penelitian sebelumnya mengamati bagaimana Strategi Komunikasi Humas Resources Development (HRD) PT. Sucofindo (Persero) Bandung Melalu Program Diklat Change Management Dalam Meningkatkan Prestasi Karyawan. Sedangkan penelitian ini mengamati Strategi Komunikasi Widyaiswara melalui Program Diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada Peserta.</p>	<p>Penelitian sebelumnya mengamati bagaimana Strategi Komunikasi Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur Melalui Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Analytical Thinking and Creatif Problem Solving Di Kota Bandung. Sedangkan penelitian ini mengamati Strategi Komunikasi Widyaiswara melalui Program Diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada Peserta.</p>	<p>Penelitian sebelumnya mengamati bagaimana Strategi Komunikasi Instruksional Widyaiswara Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Bengkulu Dalam Pembelajaran. Sedangkan penelitian ini mengamati Strategi Komunikasi Widyaiswara melalui Program Diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada Peserta.</p>

Sumber: Peneliti, 2019

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atas suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2015:46)

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama.

Sedangkan menurut Gerald R. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

“In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latter’s behavior” (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya)” (Miller dalam Effendy, 2005: 49).

Menurut Carl I. Hovland yang dikutip oleh Mulyana (2015:68) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya berupa lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikee).

Sedangkan menurut Gerald R. Miller yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano Prakasa (2014:64) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi *Welcome To The World of Communication* menjelaskan bahwa:

“Komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku penerima)” (Sendjaja, 1994:21 dalam Rohim, 2009:9).

Berdasarkan definisi dari beberapa pakar di atas dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seorang komunikator sebagai sumber yang menyampaikan pesan berupa lambang-lambang verbal kepada komunikan dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk merubah perilakunya atau dalam melakukan tindakan tertentu.

2.1.2.2 Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya akan terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu,

artinya komunikasi hanya terjadi jika didukung oleh adanya sumber pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Adapun 5 unsur dalam komunikasi menurut Harold D. Laswell yang dikutip oleh Mulyana (2007: 69) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu:

1. Sumber (*Source*)

Sumber (*source*) sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara.

2. Pesan (*Message*)

Merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (*source*). Pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk organisasi pesan.

3. Saluran (*Channel*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan, cara pesan dan cara penyajian pesan.

4. Penerima (*Receiver*)

Sering disebut juga sasaran tujuan (*destination*), komunike (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), dan penafsir (*interpreter*) dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

5. Efek (*Effect*)

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu, “proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder” (Effendy, 2005: 11).

Berikut adalah penjelasan mengenai proses komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2005) yang menjelaskan:

1. **Proses komunikasi secara primer**, adalah sebuah 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, siyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

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

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi organisasi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy (2008: 8) meliputi empat poin penting komunikasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi tentang suatu peristiwa, gagasan, atau tingkah laku yang disampaikan kepada orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana pendidikan yang memberikan pengetahuan dan informasi, melalui ide atau pemikiran yang disampaikan kepada orang lain.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi berfungsi untuk menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain, baik merubah jalan pikiran ataupun tingkah lakunya.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Kelangsungan hidup suatu organisasi bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan. Manusia dilihat sebagai pemroses informasi yang memberi respon terhadap informasi yang ditemukannya dalam lingkungan.

Komunikasi memiliki hubungan yang erat dengan organisasi baik itu kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi ataupun komunikasi antar organisasi. Evert M. Rogers dalam bukunya *Communications in Organization*, yang dikutip oleh Khomsahrial Romli dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* menyebut panduan suatu sistem.

Secara lengkap organisasi didefinisikan sebagai berikut:

“a stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of rank and division of labour, common goals” (suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dari pembagian tugas)” (Rogers dalam Romli, 2011: 1).

Komunikasi organisasi terjalin antara pihak-pihak yang berada di dalam suatu organisasi. Hal ini dilakukan dalam penyampaian informasi antar bagian di dalam organisasi ataupun informasi yang akan disampaikan keluar organisasi melalui seseorang atau bidang yang mewakili organisasi tersebut.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri yang dikutip oleh Poppy Ruliana (2014:26) dalam bukunya Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus, terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yang bersifat umum dan khusus yakni:

1. Fungsi Umum
 - a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan (*job description*)
 - b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: *public relation*, ekspo dan lain-lain.

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

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produksi organisasi.
- c. Membuat para karyawan menciptakan dan menanganidan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan merencanakan jalannya organisasi. Menurut Liliweri yang dikutip oleh Poppy Ruliana (2014:24) dalam bukunya Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus mengemukakan terdapat empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi interpersonal memiliki banyak definisi yang telah diciptakan oleh para ahli-ahli komunikasi. Berikut merupakan beberapa definisi menurut para ahli:

“Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal” (Mulyana, 2003: 85).

Menurut Littlejohn dalam Rismawaty, dkk, mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal yaitu:

”Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi diantara individu dengan individu lainnya. Komunikasi di

level ini menempatkan interaksi tatap muka diantara dua individu tersebut dan dalam kondisi yang khusus. Pada komunikasi grup, keterlambatan individu didalamnya dilihat dari segi kuantitas lebih banyak dibandingkan level sebelumnya. Di level inilah interaksi interpersonal dilibatkan dan dapat diterapkan” (Rismawaty, dkk, 2014: 172).

2.1.4.2 Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk tercapainya suatu komunikasi yang diinginkan. Terkadang ketika ingin melakukan suatu komunikasi tidak terpikirkan dengan detail proses yang ingin dilakukan. Hal tersebut terjadi karena dalam kegiatan sehari-hari tidak lepas dengan melakukan kegiatan berkomunikasi, sehingga tidak perlu merasa lagi adanya langkah-langkah tertentu secara detail.

Menurut Suranto, berikut adalah enam langkah dalam komunikasi interpersonal, yaitu:

1. Adanya keinginan untuk berkomunikasi. Seorang komunikator tentunya memiliki keinginan untuk berbagi gagasan atau ide dengan orang lain.
2. *Encoding* yang dilakukan oleh komunikator. *Encoding* merupakan tindakan yang menyatukan isi pikiran atau gagasan ke dalam symbol-simbol, kata-kata dan sebagainya.
3. Pengiriman pesan. Dalam menyampaikan pesan, maka seorang komunikator dapat memilih saluran komunikasi

yang ingin digunakan seperti telepon, sms, e-mail, sura, ataupun secara tata muka.

4. Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
5. *Decoding* oleh komunikan. *Decoding* merupakan proses memahami suatu pesan yang berupa kata-kata dan simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
6. Umpan balik. Dengan umpan balik ini seorang komunikator dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi (Suranto, 2011:10).

2.1.4.3 Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang biasa dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Menurut Suranto, Jika diamati dengan teliti maka ada beberapa ciri-ciri didalam komunikasi interpersonal, yaitu:

1. Arus pesan dua arah, yang mana menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar yang dapat memicu pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah.
2. Suasana nonformal. Komunikasi interpesonal biasanya berlangsung dalam suasana yang nonformal. Apabila komunikasi itu berlangsung antara pejabat di sebuah

instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan.

3. Umpan balik segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh timbal balik atas pesan yang disampaikan kepada komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.
4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, artinya para pelaku komunikasi saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu.
5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Para peserta komunikasi berupaya untuk saling meyakinkan dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal. (Suranto, 2011: 14)

2.1.4.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto, setiap komunikasi pasti memiliki tujuannya masing-masing. Sama dengan tujuan komunikasi interpersonal yang diantaranya:

1. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain.

Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan,

membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan agar menghindari kesan dari orang lain yang dianggap cuek, dingin dan tertutup.

2. Menemukan diri sendiri

Komunikasi interpersonal dilakukan untuk dapat mengenali karakteristik yang ada didalam diri pribadi berdasarkan informasi yang diberikan oleh orang lain.

3. Menemukan dunia luar

Dengan melakukan komunikasi interpersonal maka mendapatkan kesempatan untuk memperoleh informasi dari orang lain, termasuk informasi yang penting dan aktual.

4. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, kita harus dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang lain. Setiap orang lain telah banyak meluangkan waktunya untuk melakukan komunikasi interpersonal untuk membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.

5. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Setiap pengalaman yang dialami oleh seseorang dapat memberikan makna tertentu sehingga memungkinkan terjadinya perubahan sikap dan tingkah lakunya.

6. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya komunikasi interpersonal dilakukan untuk mencari kesenangan. Misalnya berbicara mengenai liburan diakhir pekan, bertukar cerita-cerita lucu, hingga berdiskusi mengenai hal yang sedang terjadi.

7. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Ketika melakukan komunikasi tentunya pernah mengalami salah komunikasi atau *mis communication*. Dengan melakukan komunikasi interpersonal maka hal tersebut dapat diminimalisir karena komunikasi interpersonal sendiri dilakukan pendekatan secara langsung atau bertatap muka.

8. Memberikan bantuan (konseling)

Tanpa sengaja seseorang pasti merasakan bahwa dirinya adalah konselor maupun konseli dalam interaksi interpersonal sehari-hari. Misalnya ada seorang teman yang “curhat” kepada sahabatnya mengenai putus cinta. Tujuan melakukan “curhat” adalah untuk mendapatkan solusi yang baik. (Suranto, 2011:19).

2.1.5 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.1.5.1 Definisi Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan

demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

Strategi komunikasi menurut Middleton menyatakan :

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (Cangara, 2017:64).

Dengan demikian, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja. Strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda, yakni:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- b. Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendy, 2003:300).

2.1.5.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar karangan Effendy, tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* terdiri dari 3 tujuan utama, yaitu:

- a. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikasn mengerti pesan yang diterimanya.
- b. *To establish acceptance*, yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut ia harus dibina,
- c. *To motivate action*, setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Widyaiswara

2.1.6.1 Definisi Widyaiswara

Widyaiswara adalah jabatan fungsional yang memiliki ruang lingkup, tugas, tanggung jawab dan wewenang untuk mendidik, mengajar dan melatih PNS (pegawai negeri sipil). Sebagai aparatur pemerintah, PNS perlu meningkatkan kompetensinya melalui proses penyelenggaraan belajar dan mengajar di dalam lembaga pendidikan dan pelatihan (Diklat) pemerintah. Widyaiswara hadir sebagai fasilitator dalam proses belajar mengajar yang diselenggarakan oleh satuan unit organisasi di pemerintah pusat dan daerah yang bertugas mengelola Diklat serta mengembangkan SDM (sumber daya manusia).

2.1.7 Tinjauan Tentang Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

2.1.7.1 Definisi Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Pendidikan dan pelatihan adalah suatu usaha untuk memelihara, meningkatkan kemampuan, kapasitas maupun profesionalisme pegawai. Hal tersebut penting karena cara yang digunakan oleh organisasi untuk mempertahankan, menjaga, memelihara pegawai publik dalam organisasi dan sekaligus meningkatkan keahlian para pegawai untuk kemudian dapat meningkatkan kinerjanya.

Definisi pendidikan dan pelatihan menurut para ahli antara lain:

“Pendidikan dan pelatihan merupakan upaya untuk mengembangkan SDM terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia. Penggunaan istilah pendidikan dan pelatihan dalam suatu institusi atau organisasi biasanya disatukan menjadi diklat. Unit yang menangani diklat pegawai lazim disebut pusdiklat (pusat pendidikan dan pelatihan). Diklat dapat dipandang sebagai salah satu bentuk investasi. Oleh karena itu setiap organisasi atau instansi yang ingin berkembang, maka diklat bagi karyawannya harus memperoleh perhatian yang besar” Notoadmodjo (2009:16).

Berdasarkan definisi mengenai pendidikan dan pelatihan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa diklat adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan kemampuan kerja seseorang pegawai dalam kaitannya dengan perusahaan yang membantu dalam memahami suatu pengetahuan yang praktis dan membantu meningkatkan keterampilan, kecakapan serta sikap seseorang yang diperlukan oleh perusahaan dalam pencapaian tujuan.

2.1.7.2 Jenis Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Menurut Sastrohadiwiryo (2005:200-201), pendidikan dan pelatihan dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Pendidikan Umum

Pendidikan yang dilaksanakan di dalam dan di luar sekolah, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta dengan tujuan mempersiapkan dan mengusahakan para peserta pendidikan memperoleh pengetahuan umum.

b. Pendidikan Kejuruan

Pendidikan umum yang direncanakan untuk mempersiapkan para peserta pendidikan maupun melaksanakan pekerjaan sesuai dengan bidang kejuruannya.

c. Pelatihan Keahlian yaitu bagian dari pendidikan yang memberikan pengetahuan dan keterampilan yang disyaratkan untuk melaksanakan suatu pekerjaan termasuk di dalamnya pelatihan ketatalaksanaan.

d. Pelatihan Kejuruan yaitu bagian dari pendidikan yang memberikan pengetahuan dan keterampilan yang disyaratkan untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang pada umumnya bertaraf lebih rendah dari pada pelatihan keahlian.

Dari uraian jenis-jenis pendidikan dan pelatihan dari beberapa ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jenis diklat disesuaikan

dengan kebutuhan pegawai untuk mendapat hasil yang optimal dengan sesuai kemampuan di bidangnya.

2.1.7.3 Tujuan Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Tujuan utama dari diadakannya pendidikan dan pelatihan ialah sebagai sarana perumusan kemampuan diharapkan seperti yang diungkap oleh Hasibuan (2003:70-72) bahwa tujuan pendidikan dan pelatihan adalah sama dengan pengembangan yang pada hakikatnya menyangkut hal-hal berikut ini:

a. Produktivitas kerja

Dengan pengembangan, produktivitas kerja akan meningkat, kualitas, kuantitas produksi semakin baik karena *technical skill*, *human skill*, dan *managerial skill* pegawai yang semakin baik.

b. Efisiensi

Pengembangan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi tenaga, waktu, bahan baku, dan mengurangi kerusakan mesin-mesin. Pemborosan berkurang, biaya produksi relatif kecil sehingga daya saing perusahaan semakin besar.

c. Kerusakan

Pengembangan bertujuan untuk mengurangi kerusakan barang, produksi, dan mesin-mesin karena pegawai semakin ahli dan terampil dalam melaksanakan pekerjaannya.

d. Kecelakaan

Pengembangan bertujuan untuk mengurangi tingkat kecelakaan sehingga jumlah biaya pengobatan yang dikeluarkan perusahaan berkurang.

e. Pelayanan

Pengembangan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari pegawai kepada masyarakat yang dilayani, karena pemberian pelayanan yang baik merupakan daya penarik yang sangat penting bagi masyarakat.

f. Moral

Dengan pengembangan, moral pegawai akan lebih baik karena keahlian dan keterampilan sesuai dengan pekerjaannya sehingga mereka antusias untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan baik.

g. Karier

Dengan pengembangan, kesempatan untuk meningkatkan karier pegawai semakin besar, karena keahlian, keterampilan, dan prestasi kerjanya lebih baik. Promosi ilmiah biasanya didasarkan pada keahlian dan prestasi kerja seseorang.

h. Konseptual

Dengan pengembangan, manajer semakin cakap dan epat dalam mengambil keputusan yang lebih baik, karena

technical skill human skill, dan *managerial skill*-nya lebih baik.

i. Kepemimpinan

Dengan pengembangan, kepemimpinan seorang manajer akan lebih baik, *human relation*-nya lebih luwes, motivasinya lebih terarah sehingga pembinaan kerja sama vertikal dan horizontal semakin harmonis.

j. Balas jasa

Dengan pengembangan, balas gaji (gaji, upah instensif dan benefits) pegawai akan meningkat karena prestasi kerja mereka semakin besar.

k. Konsumen

Pengembangan karyawan akan memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat konsumen karena mereka akan memperoleh barang atau pelayanan yang lebih bermutu.

2.1.7.4 Fungsi Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Diklat penting dibutuhkan bagi karyawan sebagaimana fungsinya bersifat positif bagi anggota organisasi, menurut Notoadmodjo (2009:18), pentingnya program pendidikan dan pelatihan antara lain sebagai berikut:

- a. Sumber daya manusia atau karyawan yang menduduki suatu jabatan tertentu dalam organisasi, belum tentu memiliki

kemampuan yang sesuai dengan persyaratan yang diperlukan dalam jabatan tersebut. Hal ini terjadi karena seseorang menduduki jabatan tertentu bukan karena kemampuannya melainkan karena tersedianya formasi.

Oleh sebab itu karyawan atau staf baru ini perlu penambahan kemampuan yang mereka perlukan.

- b. Adanya kemajuan ilmu dan teknologi, jelas akan mempengaruhi suatu organisasi ataupun instansi. Oleh sebab itu jabatan-jabatan yang duulu belum diperlukan sekarang diperlukan. Kemampuan orang yang menempati jabatan tersebut terkadang tidak ada. Demikian, maka diperlukan penambahan maupun peningkatan kemampuan yang diperlukan oleh jabatan tersebut.
- c. Promosi dalam suatu organisasi/instansi adalah suatu keharusan apabila seseorang tersebut mau berkembang. Pentingnya promosi bagi seseorang adalah sebagai salah sat *reward* dan *insentive* (ganjaran dan perangsang). Adanya ganjaran dan perangsang yang berupa promosi dapat meningkatkan produktivitas kerja bagi seorang pegawai. Kadang-kadang kemampuan seorang pegawai yang akan dipromosikan untuk menduduki jabatan tertentu ini masih belum cukup. Untuk itu makan diperlukan pendidikan dan pelatihan.

- d. Di dalam masa pembangunan ini organisasi-organisasi atau instansi-instansi-instansi, baik pemerintahan maupun swasta merasa terpanggil untuk menyelenggarakan pelatihan-pelatihan bagi pegawainya agar diperoleh efektivitas dan efisiensi kerja sesuai dengan masa pembangunan.

2.1.8 Tinjauan Tentang Kompetensi

2.8.1.1 Definisi Kompetensi

Istilah Kompetensi menurut Webster's Dictionary mulai muncul pada tahun 1596. Istilah ini diambil dari kata latin "*competere*" yang artinya "*to be suitable*" kemudian ini secara substansial mengalami perubahan dengan masuknya berbagai isu dan pembahasan mengenai konsep kompetensi dari berbagai literatur. Menurut Keputusan Kepala Badan Kepegawaian Negara No. 46 A Tahun 2003 yang menyatakan bahwa kompetensi adalah kemampuan dan karakteristik yang dimiliki oleh seorang Pegawai Negeri Sipil berupa pengetahuan, keterampilan, dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas jabatannya, sehingga pegawai negeri tersebut dapat melaksanakan tugasnya secara profesional, efektif dan efisien. Menurut Hutapea dan Thoha (2008:28) menjelaskan bahwa kompetensi adalah sebagai berikut:

“Kemampuan dan kemauan dalam melakukan sebuah tugas dengan kinerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan” (Hutapea dan Thoha, 2008:28).

Menurut Spencer & Spencer dalam Moeharino (2010) menjelaskan bahwa kompetensi adalah sebagai berikut:

“Karakteristik yang mendasari seseorang berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu yang dimiliki hubungan kausal atau sebagai sebab akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja prima atau superior di tempat kerja atau pada situasi tertentu” (Spencer & Spencer dalam Moehariono, 2010:3).

Kompetensi terletak pada bagian dalam setiap manusia dan selamanya ada pada kepribadian seseorang dan dapat memprediksikan tingkah laku dan performansi secara luas pada semua situasi dan tugas pekerjaan (*job tasks*) (Spencer & Spencer dalam Moehariono, 2010:4). Berdasarkan pengertian di atas, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, yaitu:

1. Karakteristik dasar (*underlying characteristic*) kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang mendalam dan melekat pada diri seseorang serta mempunyai perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai pada berbagai keadaan tugas pekerjaan.
2. Hubungan Kausal (*causally related*) berarti kompetensi dapat menyebabkan atau digunakan untuk memprediksi kinerja seseorang, artinya jika mempunyai kompetensi yang tinggi, maka akan memiliki kinerja tinggi pula.
3. Kriteria (*criteria referenced*) yang dijadikan acuan bahwa kompetensi secara nyata dan memprediksikan

seseorang dapat bekerja secara baik, harus terukur dan spesifik.

2.8.1.2 Jenis-Jenis Kompetensi

1. Kompetensi Individu

Kompetensi individu adalah kemampuan kerja dimiliki oleh seseorang yang mengintegrasikan pengetahuan, keterampilan, sikap serta nilai-nilai pribadi berdasarkan pengalaman dan pembelajaran dalam upaya pelaksanaan tugas secara profesional, efektif dan efisien. Menurut (2010) mengemukakan bahwa dalam setiap individu terdapat beberapa karakteristik kompetensi dasar, yaitu sebagai berikut:

1. Watak (*traits*), yaitu yang membuat seseorang memiliki sikap dan perilaku atau bagaimanakah orang tersebut merespon sesuatu dengan cara tertentu, seperti percaya diri (*self-confidence*), kontrol diri (*self control*), ketabahan atau daya tahan (*hariness*).
2. Motif (*motive*), yaitu sesuatu yang diinginkan seseorang atau secara konsisten dipikirkan dan diinginkan yang mengakibatkan suatu tindakan atau dasar dari dalam yang bersangkutan untuk melakukan suatu tindakan.
3. Bawaan (*self concept*), yaitu sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang.

4. Pengetahuan (*knowledge*), yaitu informasi yang dimiliki seseorang pada bidang atau area tertentu.
5. Keterampilan atau keahlian (*skill*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan tugas tertentu baik secara fisik maupun mental.

Kompetensi pengetahuan dan keterampilan cenderung lebih mudah untuk dikembangkan dengan adanya pendidikan dan pelatihan bagi pegawai yang dianggap masih kurang kompetensinya, sedangkan kompetensi konsep diri, watak dan motif berada pada *personality iceberg*, lebih tersembunyi, sehingga cukup sulit untuk dikembangkan (Moehariono, 2010:14). Kompetensi seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik dari dalam maupun dari luar, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Bakat bawaan; bakat yang sudah ada dan melekat sejak dilahirkan.
- b. Motivasi kerja tinggi.
- c. Sikap, motif dan cara pandang.
- d. Pengetahuan yang dimiliki (formal maupun non formal).
- e. Keterampilan atau keahlian yang dimiliki.
- f. Lingkungan hidup dari kehidupan sehari-hari.

2.8.1.3 Tujuan Kompetensi

Menurut Hutapea dan Nurianna (2008:16) mengungkapkan bahwa penggunaan kompetensi dalam organisasi atau perusahaan pada umumnya memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Pembentukan Pekerjaan
2. Evaluasi Pekerjaan
3. Rekrutmen dan Seleksi
4. Pembentukan dan Pengembangan Organisasi
5. Membentuk dan Memperkuat Nilai dan Budaya Organisasi
6. Pembelajaran Organisasi
7. Manajemen Karier dan Penilaian Potensi Karyawan
8. Sistem Imbal Jasa

2.1.9 Tinjauan Tentang Peserta

2.1.9.1 Definisi Peserta

Peserta kegiatan adalah orang pribadi yang terlibat dalam suatu kegiatan tertentu, termasuk mengikuti rapat, sidang, seminar, lokakarya (workshop), pendidikan, pertunjukan, olahraga, atau kegiatan lainnya dan menerima atau memperoleh imbalan sehubungan dengan keikutsertaannya dalam suatu kegiatan, antara lain:

1. Peserta perlombaan dalam segala bidang, antara lain perlombaan olah raga, seni, ketangkasan, ilmu pengetahuan, teknologi dan perlombaan lainnya;

2. Peserta rapat, konferensi, sidang, pertemuan, atau kunjungan kerja;
3. Peserta atau anggota dalam suatu kepanitiaan sebagai penyelenggara kegiatan tertentu;
4. Peserta pendidikan dan pelatihan;
5. Peserta kegiatan lainnya.

Imbalan kepada peserta kegiatan adalah penghasilan dengan nama dan dalam bentuk apapun yang terutang atau diberikan kepada peserta kegiatan tertentu, antara lain uang saku, uang representasi, uang rapat, honorarium, hadiah atau penghargaan, dan penghasilan sejenis lainnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran, peneliti akan berusaha untuk membahas masalah pokok dari penelitian ini, yaitu membahas kata-kata kunci atau subfokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Kerangka pemikiran berisi tentang penggunaan teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian.

Kerangka pemikiran menurut Ardianto (2019:20) adalah “Dasar teoretis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah. Sebagaimana diketahui, ilmu merupakan kesinambungan kegiatan yang telah dirintis oleh para pakar ilmiah sebelumnya”. Ini berarti telah dirintis oleh tiap-tiap disiplin ilmu, termasuk yang relevan dengan masalah yang digarap.

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir 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.

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai Strategi Komunikasi Widyaiswara melalui Program Diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada peserta. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui Strategi Komunikasi oleh Widyaiswara dalam perencanaan, pesan, media, dimana perencanaan dan penyusunan rencana di Widyaiswara, proses penyampaian pesan maupun *feedback* oleh Widyaiswara dan peserta yang mengikuti diklat bisa merasakan manfaat secara langsung, agar mengetahui informasi dan menambah wawasan pengetahuan selama diklat berlangsung.

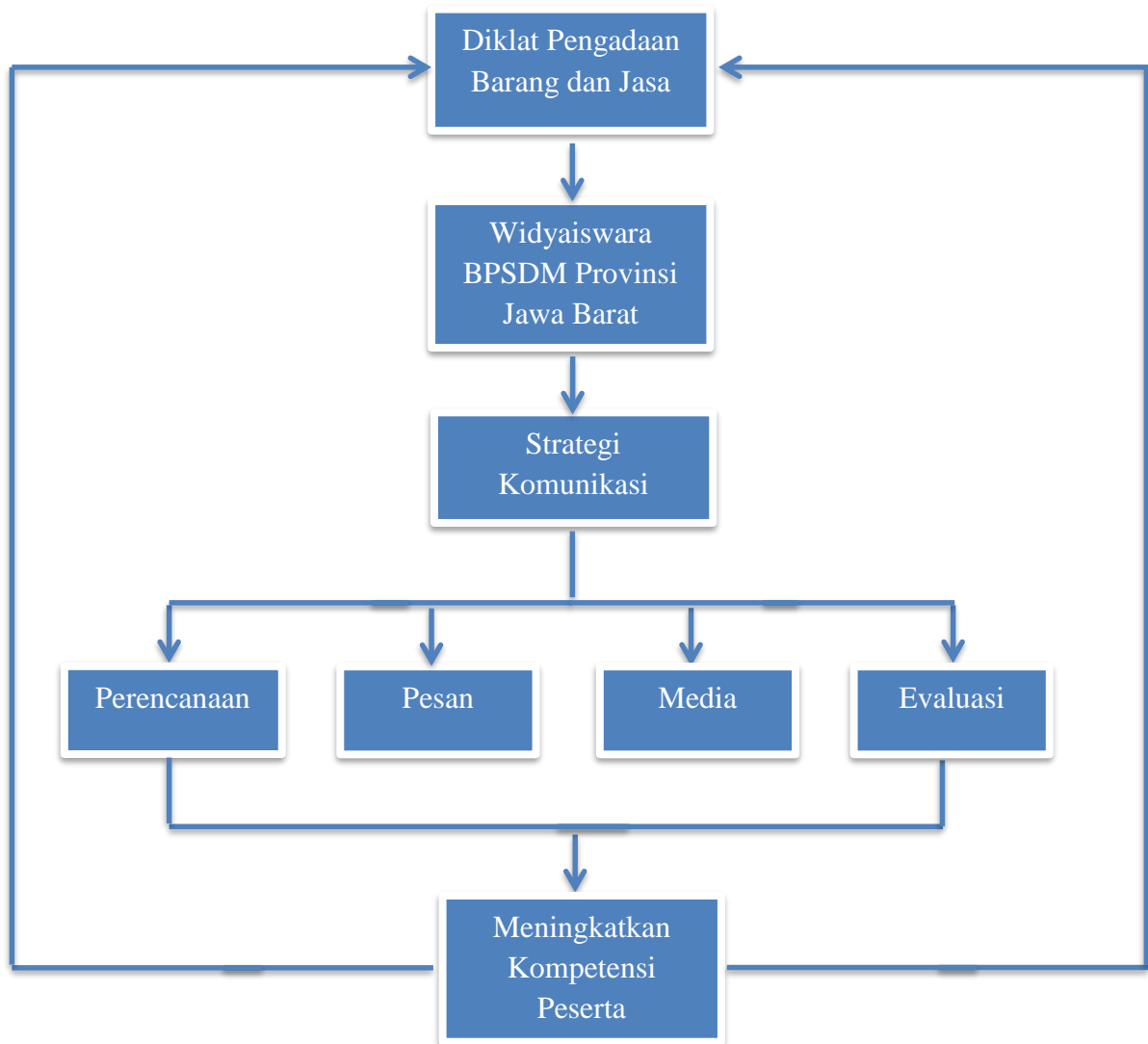
Dari penelitian ini, peneliti menggunakan defisini strategi menurut Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa:

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda seaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*flamed multi media ststrategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda” (Effendy, 2005:32).

Melihat dari definisi Strategi Komunikasi di atas, memperkuat tentang perencanaan, pesan, serta media dan evaluasi yang dijadikan sebagai subfokus oleh peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari ke empat subfokus tersebut sebagai berikut:

1. **Perencanaan** : Melakukan penyusunan rencana dengan Widyaiswara dalam melalui program diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada peserta.
2. **Pesan** : Proses penyusunan pesan informasi yang digunakan oleh Widyaiswara melalui bentuk komunikasi yang disampaikan pada program diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada peserta.
3. **Media** : Melakukan persiapan oleh Widyaiswara melalui penggunaan media pada program diklat Pengadaan Barang dan Jasa kepada peserta.
4. **Evaluasi** : Mengevaluasi keseluruhan pelaksanaan program diklat Pengadaan Barang dan Jasa sejauhmana keberhasilan yang diperoleh, apakah peserta sudah menerima dan mengerti isi pesan yang disampaikan, dan melihat adanya perubahan perilaku dan sikap yang ada pada peserta sesuai dengan tujuan program.

Dari penjelasan di atas, maka dapat dibuat alur pikir penelitian sebagai pemetaan sederhana dalam penelitian ini:

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran**

Sumber: Peneliti, 2019