BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu topik yang sering diperbincangkan, bukan hanya dikalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002:9).

Pengertian komunikasi secara etimologis diatas adalah bahwa komunikasi minimal harus mangandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informative,* yakni agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (*human communication)* bahwa:

> "komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesame manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu". (Cangara, 2005:18-19).

Menurut Carl. I. Hovland memperluas pengertian komunikasi dengan tujuan perubahan perilaku, ini berarti bahwa komunikasi bukan sekedar memberi tahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang di inginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya bersifat komunikatif, yakni pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya dimengerti oleh komunikator tetapi juga dimengerti oleh komunikan untuk mencapai suatu komunikasi yang bersifat komunikatif, maka seseorang komunikator harus mengetahui dahulu kerangka berfikir (*Frame Of Reference)* dan pengalaman (*Field Of Experience)* calon komunikan.

Mengenai tujuan komunikasi R. Wayne Pace, Brent. D. Peterson dan M. Dallas Burnett mengatakan bahwa: "tujuan sentral dari komunikasi meliputi tiga hal utama, yakni: *To Secure Understanding* (memastikan pemahaman), *To Establish*

*Acceptance (*membina penerimaan), *To Motivate Action* (motivasi kegiatan)". (Effendy, 1986:63).

Untuk membantu agar komunikasi dapat berjalan efektif, ada beberapa ketentuan untuk memudahkannya. Hal ini merupakan persyaratan dasar dalam berkomunikasi, yaitu:

1. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan;
2. Kemampuan menarik perhatian;
3. Kemampuan mempengaruhi pendapat;
4. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling mempercayai (Rumanti, 2005:107).

Jadi pertama-tama harus diperhatikan bahwa komunikan memahami pesan-pesan komunikasi, apabila komunikan memahami berarti adanya kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan, karena tidak mungkin memahami sesuatu tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (*Communis).* Jika komunikan memahami dapat diartikan menerima, maka penerimanya itu perlu dibina, selanjutnya komunikan dimotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Uraian tersebut jelas, bahwa pada hakekatnya komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, baik secara langsung melalui lisan maupun tidak langsung melalui media.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bias berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- Sumber (*Source*)
- Komunikator (*Encoder*)
- Pesan (*Message*)
- Komunikan (*Decoder*)
- Tujuan (*Destination*)

(Susanto, 1988:31)

Unsur- unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi; bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Komunikasi Verbal

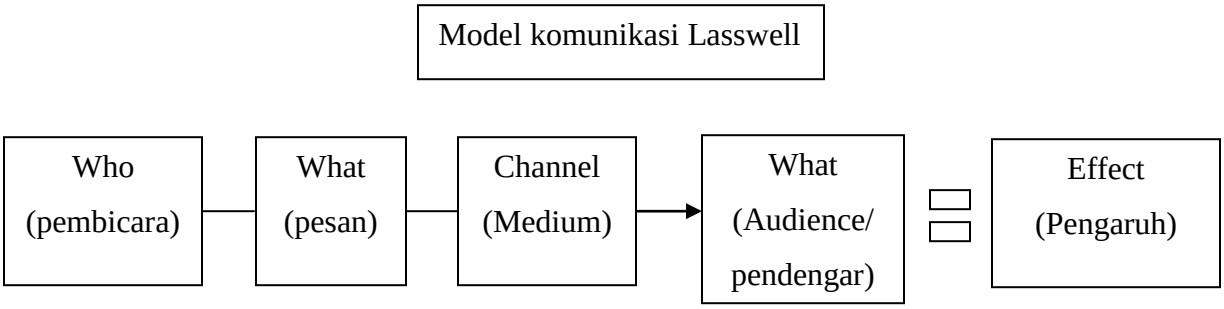
   Symbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangannya bicara kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja. yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.

2. Komunikasi Nonverbal

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini , peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal. (mulyana, 2003:312).

Pada tahun 1948 lasswell memperkenalkan pola komunikasi yang mengatakan bahwa proses komunikasi meliputi "*who says what to whom in what channel with what effect", atau "* siapa berkata apa kepada siapa dengan menggunakan saluran apa serta menimbulkan pengaruh apa".

Gambar 2.1
Model komunikasi



(*Sumber:* Mufid, 2007:7)

Paradigm Lasswell tersebut menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*communicator, source,sender)*

- Pesan (*message)*
- Media (*channel)*
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient)*
- Efek (*effect, impact, influence)*

Berdasarkan paradigm Lasswell diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

A.W. Sandjaja menyebutkan bahwa komunikasi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

1. Sumber

   Adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri, sumber disini dapat berupa orang, lembaga, buku, dokumen ataupun sejenisnya.

2. Komunikator

   Dalam komunikasi setiap orang atau kelompok dapat menyampaikan pesan-pesan komunikasi itu sebagai proses, dimana komunikator dapat menjadi komunikan dan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator

3. Pesan

Adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini merupakan inti pesan yang sebenarnya menjadi pengaruh didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan

4. Channel

   Adalah saluran penyampaian pesan, biasa disebut dengan media.

5. Efek

   Adalah hasil akhir suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang sesuai atau tidak sesuai yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai maka itu berarti komunikasi berhasil. (Sandjaja, 2002:3000).

Dari penjelasan tentang unsur-unsur komunikasi diatas terlihat bahwa komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi, kemudian dilambangkan dengan simbol dan proses selanjutnya melalui transmisi atau channel dan kemudian pesan akan sampai kepada si penerima dan terakhir efek yang ditimbulkan telah terinformasikan.

2.1.3 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

1. Tatap muka (*face-to-face)*
2. Bermedia (*mediated)*
3. Verbal (*verbal)*
   - Lisan (*oral)*

- Tulisan (*written/priated)*

4. Nonverbal
   - Gerakan /isyarat badaniah (*gestural)*
   - Bergambar (*pictorial).* (Effendy, 2002:7).

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapatkan umpan balik (*feedback)* dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat dipenuhi dengan baik dan berjalan dengan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face)* dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambing atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan nonverbal. Verbal dibagi kedalam dua macam yaitu lisan (*oral)* dan tulisan (*written/printed).* Sementara nonverbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural)* seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, serta menggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari proses komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap

2. Perubahan pendapat
3. Perubahan perilaku
4. Perubahan sosial. (Effendy, 1993:55).

Suatu proses komunikasi yang langsung mempunyai tujuan. Tujuan yang dipaparkan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Perubahan sikap, adalah komunikan dapat merubah sikap setelah dilakukan suatu proses komunikasi.
- Perubahan pendapat, perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung dan tergantung bagaimana komunikator menyampaikan komunikasinya.
- Perubahan perilaku, perubahan perilaku dapat terjadi bila dalam suatu proses komunikasi, apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampaikan hal ini tergantung kepada kredibilitas komunikator itu sendiri.
- Perubahan social, yaitu perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi.

2.1.5 Proses Komunikasi

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa. Gerakan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung

mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2002:11).

Dalam proses komunikasi primer menjelaskan bahwa seorang (komunikator) menyampaikan informasi, gagasan dan idenya kepada orang lain (komunikan), dengan menggunakan sarana media yang ada didalam dirinya (internal). Untuk itu diperlukan kemampuan agar dapat menstransmisikan perasaan dan pikirannya tersebut kepada orang lain. Kemampuan yang dimaksud adalah bagaimana seorang manusia menggunakan dan memadukan bahasa dalam dirinya. Baik beberapa isyarat seperti menggunakan alat maupun gambar, kemudian dikemas sedemikian rupa agar orang lain mengerti isi pesan yang disampaikan oleh komunikator dengan komunikan mempunyai kesamaan makna dalam menyampaikan pesannya.

1. Proses komunikasi secara sekunder

Pengertian dan komunikasi secara sekunder ini hamper sama dengan komunikasi secara primer, “proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang media pertama”. (Effendy, 2002:16).

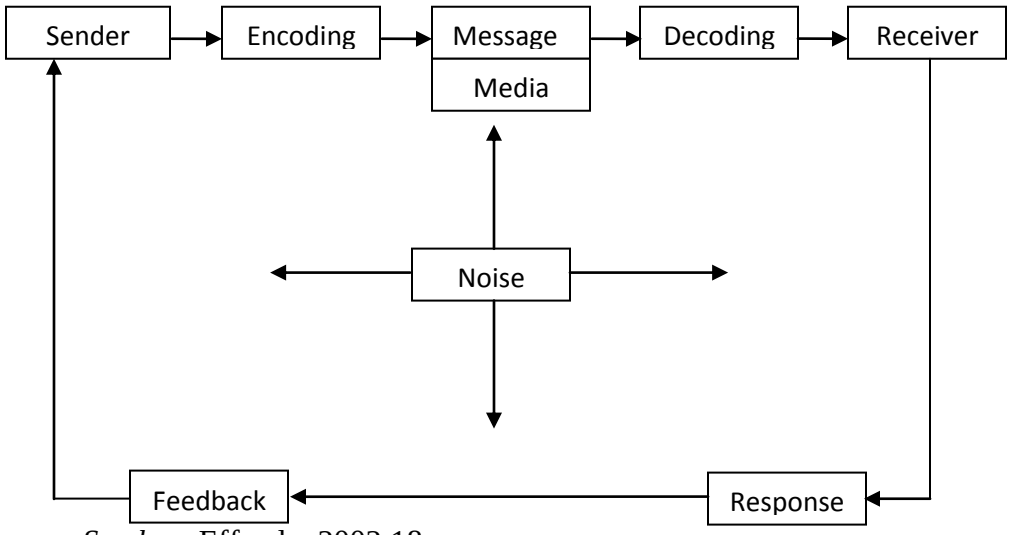
Proses komunikasi secara sekunder merupakan penerapan teknologi yang terus berkembang sesuai dengan kemajuan zaman. Kegiatan komunikasi dilakukan oleh komunikator dengan menggunakan media yang berada diluar dari manusia (eksternal), dan biasanya dilakukan karena komunikan berada lebih jauh dari

komunikator dan jumlahnya relative banyak media yang biasanya digunakan yaitu: telepon, internet, majalah, televise, majalah dan lain sebagainya.

Sebenarnya media komunikasi yang mutlak dan lebih sering digunakan adalah bahasa. Namun banyak orang beranggapan bahwa bahasa hanya merupakan simbol atau lambang saja, dan media kedua ialah yang difokuskan sebagai media komunikasi. Akan tetapi pada dasarnya, sebelum menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan. Untuk lebih jelas lagi lihat paradigm lasswell pada gambar berikut:

Gambar 2.2

Proses komunikasi



Sumber: Effendy, 2002:18

Dari gambar diatas dapat penulis simpulkan, agar komunikasi berjalan dengan efektif maka komunikator merupakan titik awal berlangsungnya proses komunikasi sebaliknya mengetahui dengan jelas kepada siapa tujuan dan apa yang diinginkan.

Proses komunikasi kurang lebih berlangsung seperti: komunikator (pengirim) memberikan pikitan dan gagasan kedalam sebuah pesan dengan menggunakan media, kemudian disampaikan kepada komunikan (penerima). Komunikasi menerima pesan tersebut kemudian muncul suatu pemahaman atau pengiriman, kemudian komunikan memberikan tanggapan atau respond an memberikan umpan baliak *(feedback)* kepada komunikator, sehingga dapat tercapai apa yang diinginkan oleh komunikator. Namun, komunikasi akan mengalami hambatan apabila terjadi gangguan (*noise)* yang tidak terduga. Dimana komunikan tidak dapat menerima pesan dari komunikator dengan baik.

2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Suatu pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang. Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan , interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus-menerus berubah yang dilakukan orang-orang antara satu dengan yang lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. (Pace & Faules, 2006:11).

Hubungan antara individu dan kelompok dalam suatu organisasi menciptakan harapan bagi perilaku individu. Harapan ini diwujudkan dalam peran-peran tertentu yang harus dihasilkan. Beberapa orang harus memainkan para pemimpin, sementara lainnya pengikut. Organisasi memiliki sistem kewenangan, status dan kekuasaan manusia dalam organisasi mempunyai beragam kebutuhan dari masing-masing sistem. Kelompok dalam organisasi juga mempunyai pengaruh yang kuat atas perilaku individu dan kinerja organisasi. (Gibson, Ivancevich, Donnelly, 1996:8).

2.2.1 Pengertian Organisasi

"Organisasi" (*Organization)* secara khas dianggap sebagai kata benda, sementara "pengorganisasian" (*Organizing*) dianggap sebagai kata kerja (Weick, 1979). Kaum subjektivitas menganggap organisasi sebagai *mengorganisasikan perilaku*. Kaum objektivitas menganggap organisasi sebagai struktur, sesuatu yang stabil. Penggunaan kata "pengorganisasian" untuk merujuk kepada suatu organisasi mungkin tampak aneh terlepas dari pandangan mana yang di anut. (Pace & Faules, 2006:11).

Sedangkan menurut Drs. Malayu S.P. Hasibun mengenai pengertian organisasi:

> "pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menetapkan orang-orang pada setiap aktivitasnya., menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relative

didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut". (Malayu, 2001:23).

2.2.2 Hubungan-Hubungan Dalam Organisasi

Salah satu cirri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship)*. Goldbaher (1979) 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 dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini member struktur dan stabilitas kepada organisasi tersebut. Namun, individu-individu bertindak diluar struktur peranan, sehingga menciptakan jalinan komunikasi dan struktur. Struktur komunikasi yang muncul ini dapat berbeda dengan "hubungan posisional". Hubungan-hubungan dalam dalam organisasi berbeda ditinjau dari sifat "antarpersona" hubungan tersebut sebagai berikut:

1. Hubungan Antarpersona

Hubungan paling intim yang dimiliki dalam tingkat pribadi, antarteman, sesame sebaya, biasanya disebut sebagai hubungan antarpersona.

Hubungan antarpersona dapat dinyatakan berhasil bila melakukan hal-hal berikut ini:

- Menjaga kontak pribadi yang akrab tanpa menumbuhkan perasaan bermusuhan
- Menetapkan dan menegaskan identitas dalam hubungan dengan orang lain tanpa membesar-besarkan ketidak sepakatan.
- Menyampaikan informasi kepada orang lain tanpa menimbulkan kebingungan, kesalahpahaman, penyimpangan atau perubahan lainnya yang disengaja.
- Terlibat dalam pemecahan masalah yang terbuka tanpa menimbulkan sikap bertahan atau menghentikan proses.
- Membantu orang-orang lain untuk mengembangkan gaya hubungan persona dan antarpersona yang aktif.
- Ikut serta dalam interaksi sosial informal tanpa terlibat dalam muslihat atau gurauan atau hal-hal lainnya yang mengganggu komunikasi yang menyenangkan. (Pace & Faules, 2006:202).

2. Hubungan Posisional

Hubungan posisional ditentukan oleh struktur otoritas dan tugas-tugas fungsional anggota organisasi.

Pengaturan sekitar orang-orang menimbulkan beberapa persoalan yang dihindari oleh hubungan posisional:

- Pertama menyatakan tidak akan pernah yakin bahwa “semua tugas perlu akan ditangani.

- Timbul bahaya bahwa “orang-orang yang berbeda ingin melakukan hal yang sama, menghasilkan konflik atau perintah berganda”.
- Melalui pemensiunan, pengunduran diri, kenaikan pangkat, atau kematian “suatu alas an orang dalam membuat peraturan di sekitarnya”. (Pace & Faules, 2006:203-204).

3. Hubungan berurutan

Seperti yang terlihat diatas, orang-orang menjalin hubungan antarpersona dan posisional dalam organisasi. Selanjutnya mereka juga memiliki hubungan-hubungan berurutan (*serial relationship*). Informasi disampaikan keseluruh organisasi formal oleh suatu proses. Dalam proses ini orang di puncak hierarki mengirimkan pesan kapada orang kedua dan kemudian mengirim kan pesan juga kepada orang ketiga. Reproduksi pesan orang pertama menjadi pesan orang kedua, dan reproduksi pesan orang kedua menjadi pesan orang ketiga ini disebut berurutan. (Pace & Faules, 2006:209).

2.2.3 Unsur-Unsur Organisasi

Adapun unsur-unsur organisasi sebagai berikut:

- Manusia (*human factor*), artinya organisasi baru ada jika ada unsur manusia yang bekerjasama, ada pemimpin dan ada yang dipimpin (bawahan).
- Tempat kedudukan, artinya organisasi baru ada, jika ada tempat kedudukan.
- Tujuan, artinya organisasi baru ada jika ada tujuan yang ingin dicapai.

- Pekerjaan, artinya organisasi baru ada, jika ada pekerjaan yang akan dikerjakan serta adanya pembagian kerja.
- Struktur, artinya organisasi baru ada, jika ada hubungan dan kerjasama antara yang satu dengan yang lainnya.
- Teknologi, artinya organisasi baru ada, jika terdapat unsur teknik.
- Lingkungan (*Environment External social system*), artinya organisasi baru ada, jika ada lingkungan yang saling mempengaruhi misalnya adanya sistem kerjasama sosial.

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan menyatakan bahwa organisasi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

a. Pengaturan yang berorientasi sasaran, orang-orang dengan tujuan (*Goal Oriented Arrangement*).
b. Orang-orang berorientasi dalam kelompok (*Psichosocial system*).
c. Orang dengan menggunakan pengetahuan dan teknik (*Technological System*).
d. Interaksi kegiatan-kegiatan yang terstruktur serta orang-orang bekerjasama dalam hubungan-hubungan yang berpola (*Strutur system*). (Malayu, 2001:28).

2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dikemukan oleh Charles Conrad dalam bukunya *Strategic Organizational Communication* yang menyebutkan tiga fungsi utama komunikasi organisasi, yaitu :

1. **Fungsi perintah**

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasinya membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah. Dua jenis komunikasi yang mendukung pelaksanaan fungsi ini adalah pengarahan dan umpan balik, tujuannya untuk persuasive dan mempengaruhi anggota organisasi melalui strategi komunikasi, sehingga para anggota dapata pula mempersuasif anggota lainnya yang saling bergantung dalam organisasi.

2. **Fungsi relasional**

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan hubungan personal dengan sesama anggota dalam organisasi. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan dalam berbagai cara, misalnya kepuasaan kerja,tingkat pelaksanan perintah, artinya setiap angota organisasi harus taat dengan siapa ia membina hubungan untuk kelancaran tugas.

3. **Fungsi manajemen ambigu**

Setiap hari bahkan setiap saat manusia dihadapkan pada pilihan untuk mampu mengambil keputusan, dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu/pada kondisi yang tidak pasti. Anggota diharpakn mampu mengelola

situasi tersebut dengan memanfaatkan komunikasi, komunikasi adala alat untuk mengatasi ketidak jelasan yang ada dalam organisasi.

2.3. Tinjauan Tentang Tanggapan

Menjaga hubungan yang baik sesama anggota sangatlah penting dalam suatu organisasi, karena dengan menjaganya, berarti akan memberikan tanggapan yang positif bagi perhimpunan, itu berarti menunjukkan bahwa tanggapan dari seseorang anggota sangatlah penting, artinya tanggapan yang baik, maka berdampak baik pula bagi anggota perhimpunan mahasiswa bandung untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Tanggapan merupakan suatu respon atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan. Tanggapan dapat berupa pernyataan, sikap atau perilaku. Umpan balik memainkan peran penting dalam komunikasi, sebabyang menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi.

Pengertian mengenai tanggapan diperkuat dengan adanya pendapat dari beberapa ahli mengenai definisi tanggapan, antara lain sebagai berikut:

Menurut Onong Uchjana Effendy mengemukakan tanggapan adalah “sikap atau perilaku seseorang dalam proses komunikasi ketika menerima pesan yang ditujukan kepadanya”. (Effendy,1989:314).

> “Tanggapan merupakan suatu respon atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan. Tanggapan dapat berupa pernyataan, sikap ataupun perilaku. “Tanggapan berasal dari kata tanggap yang berarti: “menanggapi atau mendengarkan baik-baik”. (Budiono, 2000:309).

Dari beberapa definisi diatas menunjukkan bahwa tanggapan adalah pendapat/respon/tindakan yang diberikan komunikan setelah menerima pesan dari komunikator yang disampaikan kepadanya. Tanggapan tersebut dapat berupa pernyataan, ide, dan perubahan perilaku baik perilaku positif maupun perilaku negative (menyimpang).

Cara penyampaian tanggapan bias dengan cara verbal maupun nonverbal. Melalui verbal bila umpan balik disampaikan menggunakan kata-kata lisan dari mulut komunikan. Sementara, nonverbal dilakukan dengan cara selain lisan, bias menggunakan bahasa tubuh ataupun tulisan.

2.4. Tinjauan Tentang Daya Tarik

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah: “Kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian komunikan”. (Onong, 1989:33).

Dari definisi diatas dapat diketahui, daya tarik akan timbul dalam diri komunikan apabila orang atau lembaga yang menyampaikan pesan memiliki kekuatan dalam komunikasi. Kekuatan komunikator akan menarik perhatian

komunikan, yang dalam proses komunikasi merupakan tahap awal dari adanya komunikasi yang efektif dan dinamis.

Berkaitan dengan penelitian ini, daya tarik organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB). Merupakan stimulus kepada komunikan agar komunikan memberikan perhatian, pengertian, hingga penerimaan sesuai dengan harapan komunikator. Jika sudah terjadi proses seperti itu, maka dapat dikatakan komunikasi telah berhasil. Daya tarik dapat menjadi suatu proses psikologis yang dapat berkembang menjadi pemberian respon positif maupun respon negative terhadap pesan komunikasi yang diberikan.

Daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Berdasarkan pengertiannya daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian. Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang tetapi lebih dari itu, dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merekalah dirinya untuk terikat pada satu kegiatan.

Pendapat lain menurut Whiterington mengenai pengertian daya tarik yang dikutip oleh M. Buchori adalah: “daya tarik adalah kesadaran seseorang, suatu saat atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya, daya tarik harus dipandang sebagaimana sambutan yang sadar”. (Buchori, 2000:135).

Sedangkan menurut Moh. As'ad dalam bukunya psikologi industry mengemukakan bahwa: "daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu". (As'ad, 1992;89).

Menurut Kotler dalam Sindoro, daya tarik meliputi:

1. Daya tarik rasional
2. Daya tarik emosional
3. Daya tarik moral. (sindoro, 1996:81).

Dengan demikian, isi pesan yang terdapat dalam Organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) harus dapat menimbulkan atau menampilkan ketiga membentuk dari daya tarik diatas agar para Anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) tertarik sehingga pada akhirnya menanggapi hal yang positif terhadao Organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) tersebut.

2.5. Tinjauan Tentang Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB)

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu pasti membutuhkan bantuan dari orang lain, manusia tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Sebagai manusia dalam menjalani kehidupan ini perlu adanya saling membantu satu sama lain.

Perhimpunan adalah suatu perkumpulan orang-orang yang mempunyai tujuan tertentu. Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) adalah sebuah organisasi mahasiswa ekstra universitas yang Independen.

Dalam organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) ini sifat kekeluargaannya sangat kental sekali, bagi anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB), sinyor untuk panggilan ke laki-laki dan sinyorita untuk panggilan ke anggota perempuan.

Namun anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) ada 3 pengelompokan anggota yaitu: *alumni* Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB), yang tergolong ke alumni ini adalah anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) yang tidak tercantum dalam kemahasiswaan (tidak mahasiswa lagi) atau anggota yang sudah tua disebut juga dengan sesepuh. Anggota *Biasa* (AB), yang tergolong ke dalam anggota biasa ini adalah anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) yang telah lulus dalam melaksanakan masa bimbingan selama 6 bulan. Anggota *Muda* (AM), yang tergolong ke dalan anggota muda ini adalah anggota Perhimpunan Mahasiswa Bandung (PMB) yang masih dalam bimbingan dibawah bimbingan alumni dan anggota biasa.