

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. Adapun hasil dari pengumpulan data yang telah peneliti dapatkan selama penelitian dan peneliti menguraikannya sebagai berikut:

2.1.1 Kajian Peneliti Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan serta relevansi dengan penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ricky Ichsan H UNIKOM 2013	Pola Komunikasi Pimpinan Departemen Komunikasi PT. Dirgantara Indonesia. (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Pimpinan Departemen Komunikasi Dalam Memotivasi Karyawan PT. Dirgantara Indonesia)	Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik yang peneliti gunakan adalah purvosif sampling, lalu diperoleh informan kunci berjumlah 1 (satu) orang dan informan pendukung berjumlah 4 (empat) orang. Pencarian data diperoleh dari	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Proses komunikasi pimpinan departemen komunikasi PT. Dirgantara Indonesia berlangsung komunikasi timbal balik, dimana tidak hanya pimpinan saja yang selalu menyampaikan pesan dan informasi kepada bawahannya, namun pimpinan juga selalu memberikan kesempatan pada bawahannya untuk menyampaikan pesan

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			observasi ke lapangan,	dan informasi. Interaksi antara pimpinan dengan bawahan terjalin dengan suatu hubungan yang harmonis karena pimpinan mempunyai cara untuk menjalin dan mempertahankan hubungan baik diantara pimpinan dan karyawannya yaitu dengan selalu berkomunikasi dengan santai seperti dalam kesempatan makan siang atau waktu istirahat siang.
2	Ergan Gunisman	Pola Komunikasi Pemandu (Trainer) Dalam Program	Kualitatif, Studi Deskriptif. Informan 4 orang,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	UNIKOM 2014	Sekolah Lapangan Pengendalian Hama Terpadu (SL-PHT)	purposive sampling	Pemandu dilakukan secara primer dan sekunder. Komunikasi primer dilakukan melalui penggunaan Bahasa Indonesia dan bahasa daerah (Sunda) dengan gaya informal, sedangkan komunikasi sekunder dilakukan melalui penggunaan buku, gambar, modul, papan tulis, video, perkakas pertanian, dan ballot box. Hambatan komunikasi Pemandu umumnya terjadi karena perbedaan cara pandang yang berhubungan dengan

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				tingkat pendidikan peserta tani yang cenderung tertutup dan pemalu sehingga kurang aktif berkomunikasi dalam pertemuan.
3.	Denny Ginanjari Andriansyah UNIKOM 2015	POLA KOMUNIKASI DINAS TENAGA KERJA TRANSMIGRASI DAN SOSIAL PEMERINTAH KOTA CIMAHI (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pola Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Dan Sosial Pemerintah Kota Cimahi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang	kualitatif dengan studi Deskriptif	Proses Komunikasi Disnakertransos pada kegiatan sosialisasi penyandang masalah kesejahteraan social “anak jalanan” menggunakan proses penyampaian pesan yang dilakukan secara langsung (tatap muka) dan penyampaian pesannya disesuaikan dengan penugasan yang

NO.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Masalah Kesejahteraan Sosial “Anak Jalanan”)		telah diberikan oleh Kepala Dinas. Penyampaian pesan dalam berkomunikasi secara langsung cukup membantu pegawai Disnakertransos dalam memberikan penyampaian pesan atau informasi karena lebih efisien ketimbang melalui alat interaksi misalnya lewat Telepon/HP.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Komunikasi Sebagai Ilmu

Menurut beberapa sumber Ilmu komunikasi didefinisikan sebagai: “Ilmu pengetahuan tentang produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem, tanda, dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses, dan

pengaruh dari sistem-sistem, tanda dan lambang”. (Berger dan Chaffee dalam Sendjaja, 2004 : 1)

2.1.2.2 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. (Mulyana, 2003:41)

2.1.2.3 Unsur Ilmu Komunikasi

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yang diambil dari definisi Lasswell yang terdiri dari:

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

Berdasarkan unsur-unsur tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

- a. Komunikator

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

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

b. Pesan

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

c. Media

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

d. Komunikan

Komunikasikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami.

(Mulyana, 2003 : 64)

e. Efek

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

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communications*) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses. Asumsi ini tentu saja menjadi bagian penting bagi seluruh peristiwa komunikasi, di mana dalam setiap proses, tentu saja meliputi tahapan-tahapan tertentu. Dalam komponen komunikasi. Di mana jika berangkat dari paradigma Laswell maka setidaknya terdapat lima komponen komunikasi, yakni komunikator, pesan, saluran, komunikan dan efek. Kelima komponen tersebut bisa menjadi bagian dari tahapan-tahapan khusus bagi setiap peristiwa komunikasi yang terjadi. Namun secara garis besar, Laswell dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi primer dan sekunder

a. Proses Komunikasi Primer

Saat dua individu terlibat dalam sebuah diskusi atau percakapan maka mereka terlibat dalam sebuah proses komunikasi primer, dimana kelima komponen komunikasi terakumulasi secara spontan tanpa media ataupun saluran khusus. Dalam hal ini peran komunikator dan komunikan sangat dinamis, mereka dapat secara bergantian saling bertukar pesan, saling memberikan umpan balik baik secara verbal maupun non-verbal. Secara harfiah Effendy (1994:11-19) mendeskripsikan bahwa Proses Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Dimana lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gesture, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang yang diperkirakan akan mengerti oleh komunikan.

Wilbur Scharmm (dalam: Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan

pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang merupakan factor penting juga dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya bila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang komunikator, akan timbul kesukaran satu sama lain.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media peratama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak, surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televise, dan film adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat di klasifikasikan sebagai media massa dan media nirmassa.

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
4. Mengubah masyarakat (to change the society) (2003: 55)

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan menyatakan tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (2003: 11)

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi

Berbicara mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah:

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 educated*) Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan

ide dan pikiranya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*) Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*) Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang di harapkan. (Effendy, 2003 : 36)

Dilihat dari fungsi dan keberadaanya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan, karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan manusia sehari-hari

2.1.2.7 Hambatan Komunikasi

Hambatan secara umum menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dinamika Komunikasi”, faktor-faktor penghambat komunikasi adalah:

1. Hambatan Sosio-Psikologis

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika berkomunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan factor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.

2. Hambatan Semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantic tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantic dalam pesannya. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian.

3. Hambatan Mekanis

Hambatan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”. Ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator bila ingin komunikasinya sukses, yaitu:

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi

a. Gangguan Semantik

Yaitu gangguan yang berhubungan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Semantik adalah pengetahuan mengenai kata-kata yang sebenarnya atau perubahan

pengertian kata-kata. Lambang kata yang sama mempunyai pengertian yang berbeda untuk orang-orang yang berlainan.

b. Gangguan Mekanik

Gangguan Mekanik yaitu gangguan yang disebabkan seluruh komunikasi atau kejadian yang bersifat fisik seperti suara riuh hadirin, bunyi mengaung dalam pengeras suara.

2. Kepentingan

Kepentingan atau interest akan membuat seseorang selektif dalam menganggapi atau menghayati pesan. Orang hanya akan memperhatikan perangsang (stimulus) yang ada hubungannya dengan kepentingannya.

Effendi (1981: 43)

3. Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.

4. Prasangka

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai prasangka, maka sebaiknya kita bahas terlebih dahulu pengertian persepsi. Persepsi adalah

pengalaman objek pribadi, peristiwa faktor dari hambatan: personal dan situasional.

Lalu didalam buku “Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communications*) hambatan komunikasi antar individu dan organisasi terbagi menjadi lima yang berupa:

a. Perbedaan Persepsi dan Bahasa

Persepsi merupakan interpretasi pribadi atas sesuatu hal. Definisi seseorang mengenai suatu kata mungkin berbeda dengan orang lain.

b. Pendekatan Yang Buruk

Walaupun sudah mengetahui cara mendengar yang baik, ternyata menjadi pendengar yang baik tidaklah mudah. dalam keadaan melamun atau lelah memikirkan masalah lain, seseorang cenderung kehilangan minat mendengarnya.

c. Gangguan Emosional

Dalam keadaan kecewa, marah, sedih, atau takut, seseorang akan merasa kesulitan saat menyusun pesan atau meneima pesan atau menerima pesan dengan baik. Secara praktis, tidak mungkin menghindari komunikasi ketika sedang ada dalam keadaan emosi. Kesalahpahaman sering terjadi akibat gangguan emosional.

d. Perbedaan Budaya

Berkomunikasi dengan orang yang berbeda dengan budaya tidak dapat dihindari, terlebih lagi zaman globalisasi ini. Perbedaan budaya merupakan hambatan yang paling sulit diatasi.

e. Gangguan Fisik

Pengirim atau penerima mungkin terganggu oleh hambatan yang bersifat fisik seperti akustik yang jelek, tulisan yang tidak dapat dibaca, cahaya yang redup, atau masalah kesehatan. Gangguan fisik bisa mengganggu konsentrasi dalam berkomunikasi. Setiap komunikator selalu mengharapkan agar komunikasi yang dilaksanakan dapat mencapai tujuan dengan apa yang telah diharapkannya.

Komunikasi dalam organisasi sering terganggu karena materinya lebih rumit, jumlahnya banyak, dan kontroversial. Hambatan hambatan komunikasi dalam organisasi, meliputi:

1. Kelebihan Beban Informasi dan Pesan Yang Bersaing

Perkembangan teknologi telah menyebabkan jumlah pesan dalam suatu organisasi meningkat tajam hingga kecepatan yang semakin tinggi. Pesan melalui surat-surat dari pos, email dan telepon dari berbagai sumber telah membanjiri organisasi dan masing-masing bersaing untuk memperoleh perhatian lebih awal. Hal itu bisa berakibat pada adanya pesan yang tidak ditanggapi, pesan yang dianggap tidak penting, atau pemberian respons yang tidak akurat.

2. Penyaringan Yang Tidak Tepat

Ketika meneruskan suatu pesan kepada orang lain dalam organisasi, biasanya terjadi penyaringan yang dilakukan dengan memotong atau menyingkat pesan. Pesan dalam organisasi dikirim melalui berbagai saingan. Misalnya melewati penjaga pintu terlebih dahulu, karyawan kantor

depan, sekretaris, baru kemudian sampai kepada pimpinan. Bisa jadi suatu pesan penting tidak sampai sebagian atau bahkan seluruhnya karena telah dipotong atau dibuang.

3. Iklan Komunikasi Tertutup atau Tidak Memadai

Pertukaran informasi yang bebas dan terbuka merupakan salah satu ciri komunikasi yang efektif. Iklim komunikasi sangat terkait dengan gaya kepemimpinan. Gaya manajemen yang tertutup cenderung menghambat pertukaran informasi. Demikianlah pula saluran yang terlalu banyak bisa mengubah pesan ketika bergerak vertikal atau horizontal dalam sebuah organisasi. Permasalahannya komunikasi biasanya merupakan suatu gejala bahwa ada sesuatu gejala bahwa ada sesuatu yang tidak sesuai. Permasalahan dalam komunikasi menunjukkan masalah yang terpendam. Hambatan komunikasi ada yang berasal dari pengirim (komunikator), transmisi, maupun penerima (komunikan).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Kondisi ini timbul disebabkan karena tugas itu terlalu besar atau terlalu kompleks untuk ditangani satu orang, oleh karena itu suatu organisasi dapat kecil seperti usaha dua orang individu atau dapat sangat besar yang melibatkan banyak orang dalam interaksi kerjasama.

Adanya proses kerjasama sejumlah manusia dalam organisasi, serta pembagian tugas maka dalam organisasi itu sendiri terdapat struktur organisasi

yang dapat membedakan antara atasan dan bawahan. Secara harfiah lainnya saling bergantung.

Menurut **Evert M. Rogers** dan **Rekha Agarwala Rogers** menyebutkan secara lengkap organisasi didefinisikan sebagai:

“a stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of ranks and division of labour, common goals (suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas).” (Effendy, 2011:114)

Organisasi itu berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lain berhubungan sedemikian rupa sehingga menjadi satu kesatuan yang terpadu untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem menunjukkan bahwa bagian-bagian yang dicakupnya berinteraksi dan beroperasi secara harmonis dalam keteraturan yang pasti. Jadi Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dimana operasi dan interaksi diantara bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan dengan harmonis, dinamis dan pasti. Menurutnya juga bahwa suatu organisasi adalah sistem yang menetap dari sejumlah individu yang bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu oleh pelaksanaan tugas dan fungsi yang teratur melalui pembagian kerja, jenjang dan hierarkis.

R. Wayne Pace dan **Don F. Fauler** mendefinisikan komunikasi organisasi yang diterjemahkan oleh **Deddy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, bahwa komunikasi organisasi adalah:

“Pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan”. (Mulyana, 2013: 31).

Komunikasi dalam organisasi menggunakan dua saluran dasar yaitu saluran formal dan informal keduanya penting dan membawa pesan adakalanya menegaskan untuk seluruh organisasi. Saluran formal adalah saluran yang telah ditetapkan oleh organisasi atau instansi. Pesan-pesan mengalir ke dalam tiga arah; ke bawah, ke atas dan ke samping. Pesan-pesan ke bawah terutama berisi informasi yang perlu bagi staf manapun untuk melaksanakan tugasnya, seperti kebijakan-kebijakan dan prosedur, perintah dan permintaan yang diturunkan ke tingkat yang tepat dalam jenjang hirarki.

Pesan-pesan ke atas berbentuk laporan, permintaan, opini dan keluhan. Pesan-pesan kesamping berlangsung antar departemen, gugusan fungsi atau antar orang-orang pada tingkat yang sama dalam organisasi. Komunikasi formal terjadi dalam struktur organisasi formal dan berwujud pola-pola hubungan formal, jadi dapat dikatakan dalam komunikasi formal terdapat pola tingkah laku yang relatif stabil dan berubah sangat lamban (**Evert M. Rogers dan Rekha A. Rogers : 79-80**)

Saluran informal terbentuk dari kesamaan kepentingan diantara orang-orang dalam organisasi. Selentingan merupakan saluran yang ampuh. Diperkirakan lebih dari setengah informasi yang dibutuhkan para pimpinan dalam membuat perencanaan diperoleh melalui selentingan. Selentingan tersebut mungkin menyimpang, namun seringkali lebih dipercaya dari pada pesan yang disampaikan

melalui saluran formal. Saluran informal seringkali menjadi satu-satunya sarana komunikasi ketika saluran formal mengalami kemacetan atau gangguan.

Komunikasi Organisasi menurut **Dedy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu:

“Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip”. (Mulyana, 2014:75).

Dengan landasan dan konsep pengertian komunikasi organisasi yang telah dijelaskan di atas sehingga batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu: komunikasi antara manusia yang terjadi dalam konteks organisasi dapat berbentuk komunikasi formal atau komunikasi informal.

2.1.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut **S. Djuarsa Sendjaja** dalam buku yang berjudul “Teori Komunikasi”, yaitu:

1. Fungsi informatif, dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu system pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak- banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masingmasing. Melalui penyebaran

informasi ini, setiap orang di dalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi regulatif, sedangkan fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:
 - a. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.
 - b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasan mengenai pekerjaannya.
3. Fungsi persuasif, lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya. Fungsi integratif, untuk menjalankan fungsi integrasi, 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: saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*newsletter*, *bulletin*) dan laporan kemajuan organisasi, dan saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja. Diharapkan melalui media komunikasi tersebut, anggota organisasi dapat memahami setiap kebijaksanaan pimpinan, selanjutnya diharapkan mereka akan menjalankan tugas dengan baik, artinya setiap anggota organisasi tersebut akan berpartisipasi aktif dalam mewujudkan tujuan bersama dan yang utama adalah munculnya rasa memiliki terhadap organisasi. (**Sendjaja, 2002: 138**)

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

- a. Fungsi perintah, dalam 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 mempersuasi dan mempengaruhi anggota organisasi melalui strategi komunikasi, sehingga para anggota dapat pula mempersuasi anggota lainnya yang saling bergantung dalam organisasi.
- b. Fungsi relasional, sedangkan dalam 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 kepuasan kerja, tingkat pelaksanaan perintah, artinya setiap

anggota organisasi harus taat dengan siapa ia membina hubungan untuk kelancaran tugas.

- c. Fungsi manajemen ambigu, berbeda dengan fungsi manajemen ambigu, fungsi manajemen ambigu yaitu: 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 diharapkan mampu mengelola situasi tersebut dengan memanfaatkan komunikasi, komunikasi adalah alat untuk mengatasi ketidakjelasan yang ada dalam organisasi. (Conrad, 1994)

2.1.4.1 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada di dalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh ahli berikut ini:

1. Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertical yang terdiri dari *download communication* dan *upward communication* serta komunikasi horizontal. (Djuarsa, 2005:131).

Menurut **R. Wayne. Pace** dan **Don F.Faules** dalam bukunya Komunikasi Organisasi tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan.

2.1.4.2 Arus Komunikasi Organisasi

Menurut **Wiryanto** dalam buku yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi arus komunikasi organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi ke atas, Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya dari pelaksana ke manajernya. Jenis kegiatan ini mencakup antara lain:
 - a. Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.
 - b. Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang masih belum terjawab.
 - c. Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan.
 - d. Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa (Wiryanto, 2004:66).
2. Komunikasi ke bawah. Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke yang lebih rendah.
3. Komunikasi lateral. Komunikasi lateral adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini biasa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk

menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja. (Wiryanto, 2004:65).

2.1.4.3 Tinjauan Tentang Organisasi Sebagai Lembaga

Istilah organisasi dalam bahasa Indonesia atau organization dalam bahasa Inggris bersumber dari kata kerja latin *organizare*, yang berarti *to form as or into a whole consisting of independent or coordinated parts* (membentuk sebagian atau menjadi keseluruhan dari bagian-bagian yang saling bergantung atau koordinasi) (Effendy, 2009:114)

Jadi secara harfiah organisasi itu berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Menurut Supriyono (2000:196), organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem interaksi kegiatan antara dua individu atau lebih yang diarahkan dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu. Organisasi dalam suatu perusahaan umumnya mempunyai jangka hidup yang relatif lama, bersifat relative permanen, dan rumit.

Suatu organisasi memiliki tiga komponen pokok organisasi sebagai berikut:

a. Sistem Interaksi

Organisasi adalah suatu sistem interaksi yaitu eksistensi dua atau lebih orang-orang yang mempunyai hubungan ketergantungan di dalam mencapai tujuan sehingga perlu adanya pembagian tugas, kekuasaan, dan tanggung jawab antar anggota atau bagian organisasi dan pengarahan untuk mencapai tujuan.

b. Hidup Terus

Sistem interaksi kegiatan di dalam suatu organisasi adalah hidup terus (*going concern*) dalam arti bahwa interaksi antara individu atau bagian organisasi tersebut berjalan terus dan relatif stabil.

- c. Eksklusif Suatu organisasi adalah suatu kesatuan usaha yang eksklusif (*exclusive entity*) yang berbeda dengan suatu kelompok tertentu atau suatu masyarakat. Perbedaan tersebut terletak pada ukuran struktur yang kompleks. Kompleksitas struktur tersebut menjelaskan adanya integrasi vertikal dan horizontal (**Supriyono, 2000:197**).

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi. Keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung kepada kelancaran komunikasi yang dilakukan oleh para anggotanya. Komunikasi yang dihubungkan dengan suatu organisasi disebut komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi ini tentu akan berhubungan dengan suasana dan hubungan kerja di dalam organisasi tersebut.

Deddy Mulyana membagi komunikasi organisasi dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa:

“Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi sering sekali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik.” (Mulyana, 2001:75)

Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi

antar sejawat. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi dalam organisasi menggunakan dua saluran dasar yaitu saluran formal dan informal keduanya penting dan membawa pesan adakalanya menegaskan untuk seluruh organisasi.

Saluran formal adalah saluran yang telah ditetapkan oleh organisasi atau instansi. Pesan-pesan mengalir ke dalam tiga arah: ke bawah, ke atas dan kesamping. Pesan-pesan ke bawah terutama berisi informasi yang perlu bagi staf manapun untuk melaksanakan tugasnya, seperti kebijakan-kebijakan dan prosedur, perintah dan permintaan yang diturunkan ke tingkat yang tepat dalam jenjang hirarki. Pesan-pesan ke atas berbentuk laporan, permintaan, opini dan keluhan. Pesan- pesan kesamping berlangsung antar departemen, gugusan fungsi atau antar orang-orang pada tingkat yang sama dalam organisasi.

Komunikasi formal terjadi dalam struktur organisasi formal dan berwujud pola-pola hubungan formal, jadi dapat dikatakan dalam komunikasi formal terdapat pola tingkah laku yang relatif stabil dan berubah sangat lamban (**Evert M. Rogers dan Rekha A. Rogers, 1976 : 79**).

2.1.5 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

2.1.5.1 Definisi Tentang Pola Komunikasi

Pengertian komunikasi adalah bentuk atau model (lebih abstrak, suatu set peraturan) yang bisa dipakai untuk membuat atau menghasilkan suatu aatau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang ditimbulkan cukup mencapai suatu jenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat. Istilah komunikasi bisa disebut juga

sebagai model, tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan pendidikan keadaan masyarakat.

“Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami” (Djamarah, 2004:1).

Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dikaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktivitas dengan komponen komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

Pola komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu, komunikasi satu arah, komunikasi dua arah dan komunikasi multi arah. Menurut Effendy, 1989:32 Pola Komunikasi terdiri atas 3 macam yaitu:

1. Pola Komunikasi satu arah adalah proses penyampaian pesan dari Komunikator kepada Komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari Komunikan dalam hal ini Komunikan bertindak sebagai pendengar saja.
2. Pola Komunikasi dua arah atau timbal balik (*Two way traffic communication*) yaitu Komunikator dan Komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, Komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai

percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses Komunikasi tersebut, Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung. (Siahaan, 1991)

3. Pola Komunikasi multi arah yaitu Proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana Komunikator dan Komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.

2.1.6 Tinjauan Tentang Pelayanan Publik

2.1.6.1 Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik atau *public service* adalah perihal kemudahan yang diberikan sehubungan barang dan jasa kepada khalayak umum. Dalam prakteknya di pemerintahan, negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam rangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Secara etimologis, pelayanan ialah "usaha melayani kebutuhan orang lain". Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan publik yang dimaksud dalam Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 adalah "segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan" (Negara, 2003). Sejalan dengan Undang Undang Nomor 25 Tentang Pelayanan Publik memaknai

bahwa ”pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai dengan hak-hak sipil setiap warga negara dan penduduk atas suatu barang, jasa, dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik” (Indonesia, 2009).

2.1.6.2 Standar Pelayanan Publik

Menurut Keputusan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, standar pelayanan haruslah meliputi:

1. **Prosedur Pelayanan**

Prosedur pelayanan yang dilakukan dalam hal ini antara lain kesederhanaan yaitu kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat serta kemudahan dalam memenuhi persyaratan pelayanan.

2. **Waktu Penyelesaian**

Waktu yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sama dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan haruslah berkaitan dengan kepastian waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan ketetapan lamanya waktu pelayanan masing-masing.

3. **Biaya Pelayanan**

Biaya atau tarif pelayanan termasuk rincian yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan, haruslah berkaitan dengan pengenaan biaya yang secara wajar dan terperinci serta tidak melanggar ketentuan yang ada.

4. **Produk Pelayanan.**

Hasil pelayanan yang diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Hal ini berkaitan dengan kenyataan dalam pemberian pelayanan yaitu hasil pelayanan sesuai dengan yang ditentukan serta terbebas dari kesalahan-kesalahan teknis, baik dalam hal penulisan permohonan yang telah diajukan sebelumnya.

5. Sarana dan Prasarana.

Penyediaan sarana dan prasarana yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik. Hal ini berkaitan dengan ketersediaan perangkat penunjang pelayanan yang memadai seperti meja, kursi, mesin tik, dll. Serta adanya kenyamanan dan kemudahan dalam memperoleh suatu pelayanan

2.1.6.3 Pola penyelenggara pelayanan publik

Penyelenggaraan pelayanan publik yang sesuai dengan bentuk dan sifatnya, menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik terdapat empat pola pelayanan, yaitu:

- a. Pola Pelayanan Fungsional, yaitu pola pelayanan publik diberikan oleh penyelenggaraan pelayanan sesuai dengan tugas, fungsi dan kewenangannya. Misalnya untuk pelayanan pajak akan ditangani unit organisasi yang berfungsi melakukan pemungutan pajak, contohnya Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD).
- b. Pola Pelayanan Terpusat, yaitu pola pelayanan yang diberikan secara tunggal oleh penyelenggara pelayanan terkait lainnya yang bersangkutan.

Misalnya yaitu pengurusan pelayanan paspor oleh kantor imigrasi dan pelayanan pembuatan akte kelahiran oleh Kantor Catatan Sipil.

c. Pola Pelayanan Terpadu yang dibagi ke dalam dua bagian pola pelayanan, yaitu:

- Pola Pelayanan Terpadu Satu Atap

Pola Pelayanan Terpadu Satu Atap diselenggarakan dalam satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan yang tidak mempunyai keterkaitan proses dan dilayani melalui beberapa pintu. Terhadap jenis pelayanan yang sudah dekat dengan masyarakat tidak perlu disatu atapkan.

- Pola Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Pola Pelayanan Terpadu Satu Pintu diselenggarakan pada satu tempat yang memiliki keterkaitan proses dan dilayani melalui satu pintu. Misalnya pelayanan pembuatan Bukti Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) dan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) (Khalimah, 2013)

2.1.6.4 Karakteristik Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Oleh karenanya, berbagai aktivitas pelayanan pada dasarnya memiliki karakteristik tertentu dan terbagi ke dalam beberapa jenis pelayanan. Karakteristik pelayanan publik menurut Lembaga Administrasi Negara (2003) adalah sebagai berikut:

1. memiliki dasar hukum yang jelas dalam penyelenggaraannya;
2. memiliki kelompok kepentingan yang luas, termasuk kelompok sasaran yang ingin dicapai;
3. memiliki tujuan sosial;
4. dituntut untuk akuntabel kepada publi
5. memiliki konfigurasi indikator kinerja yang perlu kelugasan; dan seringkali menjadi sasaran isu politik.

2.1.6.5 Jenis Pelayanan Publik

Ada beberapa jenis pelayanan publik yang diselenggarakan untuk masyarakat. Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan keputusan MENPAN No.63/KEP/MENPAN/7/2003 kegiatan pelayanan umum atau publik antara lain:

1. Pelayanan Barang

Pelayanan pengadaan dan penyaluran barang bisa dikatakan mendominasi seluruh pelayanan yang disediakan pemerintah kepada masyarakat. Pelayanan publik kategori ini bisa dilakukan oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya merupakan kekayaan negara yang tidak bisa dipisahkan atau bisa diselenggarakan oleh badan usaha milik pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan (Badan Usaha Milik Negara/BUMN). Pelayanan barang Yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang

yang digunakan oleh publik, misalnya jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, air bersih dan sebagainya.

2. Pelayanan Administratif

Pelayanan publik dalam kategori ini meliputi tindakan administratif pemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam perundang-undangan dalam rangka mewujudkan perlindungan pribadi, keluarga, kehormatan, dan harta benda juga kegiatan administratif yang dilakukan oleh instansi nonpemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam perundang-undangan serta diterapkan berdasarkan perjanjian dengan penerima pelayanan. Pelayanan administratif yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya. Pelayanan Pemerintahan, yaitu merupakan pelayanan masyarakat yang erat dalam tugas-tugas umum pemerintahan seperti pelayanan Kartu Keluarga/KTP, izin tipe barang, IMB, Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Imigrasi.

3. Pelayanan Pembangunan

Pelayanan Pembangunan merupakan pelayanan masyarakat yang terkait dengan penyediaan sarana dan prasarana untuk memberikan fasilitas kepada masyarakat dalam aktifitasnya sebagai

warga masyarakat, seperti penyediaan jalan, jembatan, pelabuhan dan lainnya.

4. Pelayanan Utilitas

Pelayanan Utilitas merupakan penyediaan utilitas seperti listrik, air, telepon, dan transportasi.

5. Pelayanan Kebutuhan Pokok

Pelayanan Kebutuhan Pokok merupakan pelayanan yang menyediakan bahan-bahan kebutuhan pokok masyarakat dan kebutuhan perumahan seperti penyediaan beras, gula, minyak, gas, tekstil dan perumahan murah.

6. Pelayanan Kemasyarakatan

Pelayanan Kemasyarakatan merupakan pelayanan yang berhubungan dengan sifat dan kepentingan yang lebih ditekankan kepada kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, ketenagakerjaan, penjara, rumah yatim piatu dan lainnya.

2.1.7 Tinjauan Tentang Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan (UPTP)

Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan (UPTP) merupakan pelayanan publik mengenai perizinan Alat - Alat Ukur, Takar, Timbang dan Perlengkapannya (UTTP) yang memberikan informasi jenis pelayanan, persyaratan pengajuan dan perizinan UTTP yang telah terbit. UPTP menyediakan pelayanan publik saat para konsumen ingin melakukan izin tera atau tera ulang alat ukur, takat timbang yang mereka miliki.

2.1.7.1 Tinjauan Tentang Pelayanan Publik Dalam Pelayanan Terpadu Satu

Pintu

Keputusan Menteri PAN-RB Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, pengertian "pelayanan terpadu satu atap" adalah pola pelayanan yang diselenggarakan dalam satu tempat untuk berbagai jenis pelayanan yang tidak mempunyai keterkaitan proses dan dilayani melalui beberapa pintu, sedangkan "pelayanan satu pintu" adalah pola pelayanan yang diselenggarakan dalam satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan yang memiliki keterkaitan proses dan dilayani melalui satu pintu.

Pengertian Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu adalah kegiatan penyelenggaraan jasa perizinan dan non-perizinan, yang proses pengelolaannya di mulai dari tahap permohonan sampai ke tahap penerbitan ijin dokumen, dilakukan secara terpadu dalam satu tempat. Dengan konsep ini, pemohon cukup datang ke satu tempat dan bertemu dengan petugas front office saja. Hal ini dapat meminimalisasikan interaksi antara pemohon dengan petugas perizinan dan menghindari pungutan-pungutan tidak resmi yang seringkali terjadi dalam proses pelayanan (**Publik and Suherlan dan Budhiono, 1997**).

Pembentukan Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PPTSP) pada dasarnya ditujukan untuk menyederhanakan birokrasi pelayanan perizinan dan non-perizinan dalam bentuk :

1. Mempercepat waktu pelayanan dengan mengurangi tahapan-tahapan dalam pelayanan yang kurang penting.

2. Koordinasi yang lebih baik juga akan sangat berpengaruh terhadap percepatan layanan perizinan.
3. Menekan biaya pelayanan izin usaha, selain pengurangan tahapan, pengurangan biaya juga dapat dilakukan dengan membuat prosedur pelayanan serta biaya resmi menjadi lebih transparan.
4. Menyederhanakan persyaratan izin usaha industri, dengan mengembangkan sistem pelayanan paralel dan akan ditemukan persyaratan-persyaratan yang tumpang tindih, sehingga dapat dilakukan penyederhanaan persyaratan. Hal ini juga berdampak langsung terhadap pengurangan biaya dan waktu. Pelayanan perizinan dengan sistem terpadu satu pintu (*one stop service*) ini membuat waktu pembuatan izin menjadi lebih singkat. Pasalnya, dengan pengurusan administrasi berbasis teknologi informasi, input data cukup dilakukan sekali dan administrasi bisa dilakukan simultan.

Dengan adanya kelembagaan pelayanan terpadu satu pintu, seluruh perizinan dan nonperizinan yang menjadi kewenangan kabupaten/kota dapat terlayani dalam satu lembaga. Harapan yang ingin dicapai adalah mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan investasi dengan memberikan perhatian yang lebih besar pada peran usaha mikro, kecil, dan menengah. Tujuannya adalah meningkatkan kualitas layanan publik (Pasolong, Harbani, 2013).

2.1.7.2 Tinjauan Tentang alat Ukur, Takar, Timbangan, dan

Perlengkapannya (UTTP)

Alat Ukur, Takar, Timbangan, dan Perlengkapannya (UTTP) merupakan alat-alat yang diperuntukkan atau dipakai untuk pengukuran, penakaran, dan penimbangan suatu kuantitas dan/atau kualitas. Contoh UTTP antara lain adalah meter kWh (mengukur energi listrik), meter gas (mengukur pasokan gas), pompa ukur bahan bakar minyak (mengukur volume bahan bakar minyak yang diisikan dari pompa pengisian bahan bakar minyak ke kendaraan bermotor), dan timbangan (menimbang massa suatu benda). Izin Tipe UTTP adalah persetujuan yang menyatakan UTTP telah memenuhi syarat teknis yang ditetapkan, sehingga dapat diimpor ke wilayah Republik Indonesia. Permohonan Izin Tipe UTTP dapat diajukan oleh importir UTTP, yaitu perusahaan yang mengimpor UTTP.

2.2 Kerangka Pemikiran

Krikelas (dalam Rosita, 2006 : 16) berpendapat bahwa perilaku pencarian informasi adalah kegiatan dalam menentukan dan mengidentifikasi pesan untuk memuaskan kebutuhan informasi yang dirasakan.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Komunikasi merupakan faktor terpenting dalam menjalin hubungan antara individu maupun dalam komunikasi organisasi. Komunikasi sebagai interaksi, pandangan ini menyertakan komunikasi dengan suatu proses sebab-akibat, atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian.

Dalam hal ini Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV akan dijadikan objek pada penelitian ini, dimana komunikasi organisasi terbentuk karena ada usaha yang lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Peneliti juga memfokuskan pola komunikasi sebagai bagian dari proses komunikasi dua arah dimana menurut Effendy, 1989:

“Komunikator dan Komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, Komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses Komunikasi tersebut, Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung.” (Effendy, 1989:32)

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah:

“Diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak.” (Ruslan 1999 : 69).

Sedangkan proses komunikasi menurut Harold Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy terdapat 4 komponen dalam proses komunikasi yaitu:

- a. Adanya pesan yang disampaikan
- b. Adanya pemberian pesan (komunikator)
- c. Adanya penerimaan pesan (komunikan)
- d. Adanya umpan balik (feedback) (Onong, 1999:10)

Proses komunikasi tersebut tentu dilakukan pada komunikasi organisasi, pola komunikasi yang dipraktikkan melalui proses komunikasi tersebut dilakukan dengan memaknai berbagai hambatan komunikasi yang ada di dalamnya. Pemahaman mengenai hambatan komunikasi akan menunjukkan bentuk antisipasi guna menggunakan komunikasi secara lebih efektif.

Untuk itu kegagalan komunikasi ini penting untuk dipelajari terkait dengan berbagai gangguan yang mungkin ditimbulkan pada saat komunikasi berlangsung yang menghambat komunikasi sebagaimana diungkapkan Effendy (2003: 45) antara lain:

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi. Menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik (*Mechanical, channel noise*) atau gangguan pada channel komunikasi dan gangguan sematic (*Sematic noise*). Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sementara gangguan semantik bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian istilah atau konsep yang disampaikan komunikator yang diartikan lain oleh komunikan sehingga menimbulkan kesalahpahaman.

2. Kepentingan

Kepentingan atau interest akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya

memperhatikan perangsang yang ada hubungan dengan kepentingannya, karena kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

3. Motivasi Terpendam

Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka kemungkinan komunikasi tersebut diterima semakin besar ataupun sebaliknya.

4. Prasangka

Prasangka atau prejudice merupakan salah satu hambatan dalam suatu komunikasi. Orang yang mempunyai prasangka telah berprasangka yang tidak baik pada awal komunikasi dilancarkan oleh komunikator sehingga sulit bagi komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Prasangka komunikan menjadikannya berpikir tidak rasional dan berpandangan negatif terhadap komunikasi yang sedang terjadi.

Identifikasi ketiga yang digunakan merujuk pada bentuk komunikasi yang memungkinkan untuk menilai pola komunikasi apa yang digunakan oleh Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV (UPTP) Metrologi Bandung Dengan Konsumen.

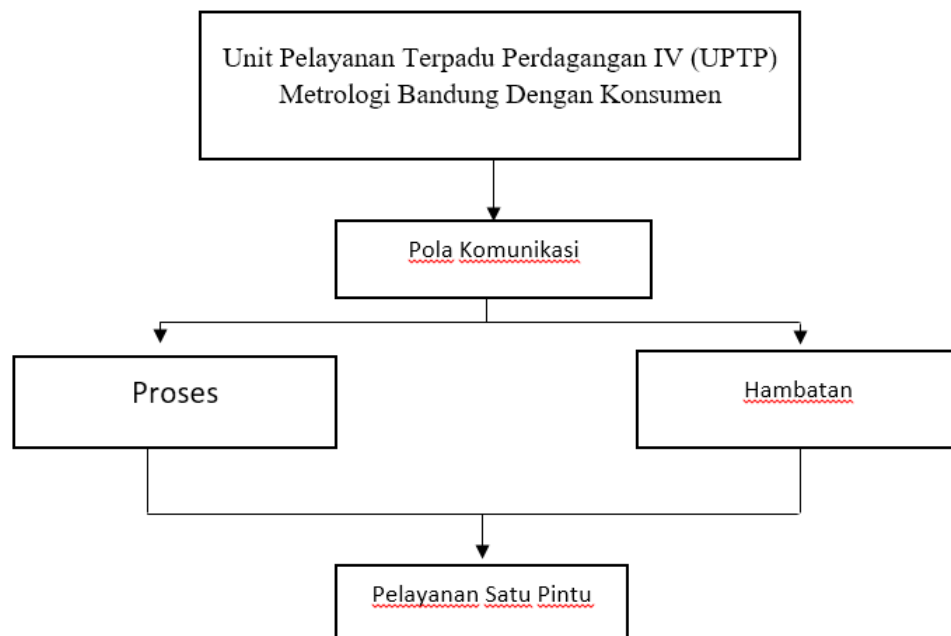
Bentuk komunikasi di atas akan memberikan penjelasan mengenai cara Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV (UPTP) Metrologi Bandung Dengan

Konsumen menggunakan pola komunikasi melalui format komunikasi organisasi. Untuk itu cara kepala Badan Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV (UPTP) Metrologi Bandung Dengan Konsumen dalam membangun bentuk komunikasi juga akan memberikan gambaran mengenai pola komunikasi yang dilakukannya.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana pola komunikasi yang dilakukan Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV (UPTP) Metrologi Bandung Dengan Konsumen Melalui Metode Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Kerangka konseptual disusun peneliti dengan berdasarkan pada model komunikasi sebagaimana dijelaskan di atas yang kemudian menjadi panduan peneliti untuk membuat kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Sumber: peneliti, 2020.

Kerangka konseptual di atas kemudian diaplikasikan pada penelitian yang akan menjelaskan mengenai identifikasi masalah penelitian yang akan dipaparkan pada beberapa hal, sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada penelitian ini akan menunjukkan cara Komunikasi Unit Pelayanan Terpadu Perdagangan IV (UPTP) Metrologi Bandung Dengan Konsumen Melalui Metode Pelayanan Publik Terpadu Satu Pintu.

2. Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi pada bagian ini diterapkan guna meminimalisir ketidakefektifan. Hambatan komunikasi ini dapat berasal dari internal berupa prasangka, motivasi terpendam atau lainnya maupun dari eksternal berupa gangguan teknis maupun lainnya.

3. Pola Komunikasi

Pola komunikasi pada penelitian ini akan menjadi sebuah bagian dari bagaimana unit pelayanan terpadu berjalan sesuai dengan apa yang di perintahkan maupun di tetapkan.