BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dihindari oleh siapapun. Melalui komunikasi, kegiatan sosialisasi antar individu dapat berjalan sesuai dengan keinginan individu-individu itu sendiri. Dan melalui komunikasi juga individu dapat mengadakan suatu hubungan dengan lingkungannya. Jadi, dengan demikian komunikasi merupakan unsur pokok dalam tata pelaksanaan hidup manusia, yaitu dalam mengadakan hubungan antar manusia untuk saling mempengaruhi antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya.

Dalam **Mulyana** dijelaskan, kata komunikasi atau *communications* 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*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2007:46)

Pengertian lain yang diungkapkan oleh **Harun** yang menyatakan bahwa komunikasi adalah "suatu proses pertukaran informasi di antara individu

melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku." (Harun, 2008:3)

Bila kita melihat apa yang terjadi ketika seseorang terlibat dalam komunikasi, kita menemukan bahwa terdapat dua bentuk umum tindakan yang terjadi. Penciptaan pesan atau lebih tepatnya penciptaan pertunjukkan (*display*) dan penafsiran pesan atau penafsiran petunjukkan. Menunjukkan (*to display*) berarti bahwa anda membawa sesuatu untuk diperlihatkan seseorang atau orang lain. Secara harfiah '*to display*" berarti "menebarkan sesuatu sehingga sesuatu tersebut dapat terlihat secara lengkap dan menyenangkan." Bentuk kedua perilaku yang terjadi ketika seseorang terlibat dalam komunikasi dalah menafsirkan pertunjukkan pesan. Menafsirkan atau *to interpret* berarti menguraikan atau memahami sesuatu dengan suatu cara tertentu. Komunikasi dapat dibedakan dengan semua perilaku manusia dan organisasi lainnya karena ia melibatkan proses mental memahami banyak orang, objek, dan peristiwa yang kita sebut pertunjukkan pesan.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya/atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasingi dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain.

Ada aksioma komunikasi yang berbunyi “seseorang tidak dapat tidak berkomunikasi (*A person cannot not communicate)*”. Secara teknis, itu berarti bahwa seseorang tidak dapat menghindari untuk menunjukkan pesan.

Roger dalam **Mulyana** berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2007:69)

Harold Lasswell menjelaskan bahwa “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana?” (Mulyana, 2007: 69)

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

2.1.2 Proses Komunikasi

Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, mengatakan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap. Yaitu proses secara primer dan sekunder.

a. Proses Komunikasi secara primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses kimunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menterjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses Komunikasi secara sekunder

   Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan cirri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil

> pilihan dari sekian banya alternative perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. (Effendy, 2006:17)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi. Keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung kepada kelancaran komunikasi yang dilakukan para anggotanya. Komunikasi yang terdapat dalam sebuah organisasi disebut dengan komunikasi organisasi.

Stogdill dalam **Pace** menyatakan bahwa "organisasi sebuah wadah yang menampung banyak orang-orang dan objek-objek; orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama. Organisasi di anggap sebagai pemroses informasi besar dengan *input, throughput,* dan *output*. "

Everet M. Rogers dan **Rekha Agarwala Rogers** yang dikutip oleh **Effendy** mendefinisikan organisasi yaitu: "Suatu sitem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas". (Effendy, 2004: 114)

Penggunaan sistem untuk meghampiri pengertian organisasi itu dapat dinilai tepat sebab pengertian sistem adalah totalitas himpunan bagian yang satu sama lain berhubungan sedemikian rupa sehingga menjadi suatu eksatuan yang terpadu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi, Rogers dan Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan di mana operasi dan interaksi di antara bagian yang satu dengan yang

lainnya dan manusia yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti.

Hubungan organisasi dengan komunikasi menurut **William. V. Hanney** yang dikutip oleh **Onong. U. E** adalah: "Organisasi terdiri dari sejumlah orang yang melibatkan keadaan saling tergantung; ketergantungan memerlukan koordinasi; koordinasi mensyaratkan komunikasi". (Effendy, 2004 : 116).

Pentingnya komunikasi dalam organisasi dikemukakan oleh **Keith Davis** yang dikutip oleh **Santoso Sastropoetro**, sebagai berikut :

> "Suatu organisasi tidak akan eksis tanpa adanya komunikasi. Tidak akan memungkinkan terjadinya koordinasi yang diharapkan, kerjasama baik antara pimpinan dengan karyawan, maupun antara karyawan dengan karyawan tidak mungkin tercipta sebab mereka tidak mengkomunikasikan kebutuhan dan perasaannya satu sama lain". (Sastropoetro, 1982 : 339).

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauan yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Dengan adanya komunikasi yang efektif didalam organisasi akan timbul jalinan pengertian antara pihak manajemen dengan para publiknya, sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dipahami, dimengerti, dan kemudian dilaksanakan tanpa adanya keterpaksaan.

2.3 Tinjauan Tentang *Public Relations*

2.3.1 Pengertian *Public Relations*

PR (*Public Relations)* atau yang kita kenal sebagai Humas (Hubungan Masyarakat) mempunyai pengertian yang cukup luas. Sebelum melihat bagaimana pengertian *Public Relations* tersebut ada baiknya kita lihat pengertiannya dalam kata '*Public*' dan '*Realtions*".

Adanya kekurang tepatan terjemahan *Public Relations* menjadi Hubungan Masyarakat atau Humas, kerena pengertian dari istilah '*public*' itu sendiri. Untuk pengetian *Relations* menjadi "Hubungan" bisa dibilang tepat, namun untuk penggunaan "*Public*" itu sendiri masih kurang tepat. Karena istilah "*Public*" atau publik tidak mempunyai pengertian yang sama dengan istilah masyarakat atau "*Society*". Karena masyarakat menurut J**.B.A.F. Mayor Polak** adalah wadah seluruh anatar hubungan sosial dengan seluruh jaringannya dalam artian umum, tanpa mnentukan suatu batas tertentu.

Sedangkan untuk *public* itu sendiri menurut **Scott M Cutlip & Allen H. Carter** yaitu "*Public* merupakan suatu sekelompok orang yang terikat oleh suatu kepentingan yang sama dan menunjukkan perasaan yang sama". Jadi, untuk pengertian secara umum sebenarnya kurang tepat, tetapi karena masyarakat sudah menganggap bahwa *Public Relations* itu sama dengan Hubungan Masyarakat maka semua khalayak menganggap bahwa Hubungan Masyarakat itu adalah *Public Relations.*

Dikaitkan dengan pengertian diatas maka selanjutnya adalah pengetian *Public Relations* secara luas. Menurut **Yulianita** yang mengutip pendapatnya

M.O. Palapah dan Atang. S, berpendapat bahwa: "*Public Relation*s adalah bentuk spesialisasi komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling mengerti dan bekerjasama antara semua publik yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama". (Yulianita, 2007:29)

Dari definisi di atas menekankan kepada "bentuk spesialisasi komunikasi". Ini membuktikan bahwa *public relations* adalah salah satu bentuk spesialisasi komunikasi dari sekian bentuk spesialisasi seperti bentuk spesialisasi komunikasi persona, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Hal yang dapat menjadikan sesuatu khusus dari kegiatan *Public Relations* dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lain adalah bahwa *public relations* mempunyai tujuan yang pada awalnya adalah untuk memajukan saling pengertian, bergerak pada saling percaya, saling mendukung, yang kemudian selanjutnya akan tercapai adanya saling kerjasama di antara semua publik yang berkepentingan.

Jika diamati semua kegiatannya khususnya dengan cara mengupayakan adanya pengertian publik. Kepercayaan publik dukungan publik sampai kepada adanya kerjasama publik, jika ini tercapai maka akan memudahkan untuk sampai pada pencapaian tujuan yakni untuk maksud dapat mencapai keuntungan dan kepuasan bersama. Dalam hal ini keuntungan dan kepuasan tersebut adalah dari kedua belah pihak yang prinsipnya adalah dari seluruh unsur publik yang ada kaitannya dngan organisasi.

Hal ini pun dikuatkan oleh pernyataanya **Abdurachman** berpendapat mengenai pengertian humas secara umum yaitu:

> "*Public Relations* adalah kelanjutan dari proses penerapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan-kepantingan orang-orang atau golongan agar lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* mereka. kedua, pelaksana kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya." (Abdurracham, 2001:25)

Dari definisi di atas memberikan sedikitnya pemahaman bahwa kegiatan *public relations* adalah sesuatu yang terorganisir mulai dari sebuah proses hingga pelaksanaan dari berbagai kebijakan, pelayanan dan sikap dalam suatu program yang terpadu, dimana semuanya itu harus berlangsung dngan cara direncanakan terlebih dahulu. Selain itu juga pelaksanaan program diupayakan untuk dapat berlangsung berkesinambungan di antara satu program dengan program lainnya secara teratur dalam suatu manajemen tertentu.

Semua itu dilaksanakan dengan tujuan utamanya adalah untuk ,menciptakan dan memelihara saling pengertian. Ini menunjukkan bahwa kegiatan *public relations* prinsipnya adalah menekankan adanya niat baik dari organisasi terhadap publiknya, salah satunya adalah upaya untuk menciptakan pengertian publik terhadap organisasi demikian pula sebaliknya organisasi pun berusaha untuk dapat memahami dan mau mengerti hal-hal yang menjadi kepentingan publiknya.

2.3.2 Tujuan *Public Relations*

Menurut **Yulianita**, untuk mengkaji tujuan *Public Relations*, berikut mengutip beberapa pendapat ahli antara lain:

1. **Charles S. Steinberg**: Menciptakan opini publik yang *favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.
2. **Frank Jefkins**: Meningkatkan *favorable*/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali *unfavorable image*/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut.
3. Tujuan *Public Relations* secara **universal**: Untuk menciptakan dan meningkatkan citra yang baik organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan, dan memperbaiki jika citra itu menurun/rusak.

   Jadi ada empat hal yang prinsip dari tujuan *Public Relations* yakni:

   1) Menciptakan citra yang baik
   2) Memelihara citra yang baik
   3) Meningkatkan citra yang baik
   4) Memperbaiki jika citra organisasi kita menurun/rusak.

   (Yulianita, 2007:42)

2.3.3 Fungsi *Public Relations*

Untuk mengkaji tentang fungsi *Public Relations*, Yulianita kembali mengutip pendapat para ahli *Public Relations* antara lain:

1) **Betrand R Canfield** dalam bukunya "*Public Relations Principle and Problem*" mengemukakan tiga fungsi *Public Relations*:
   a) *It should the public's interest* (Mengabdi kepada kepentingan publik)
   b) *Maintain good communivation* (Memelihara komunikasi yang baik)
   c) *And stress good morals and manners* (Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik
2) **Onong Uchjana Effendi** dalam bukunya "Hubungan Masyarakat" mengemukakan empat fungsi dari *public Relations* yaitu:
   a) *To ascertain and evaluate public opinion as it relates to his organization* (Menjamin dan menilai opini publik yang ada dari organisasi)
   b) *To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exist* (Untuk memberikan nasihat/penerangan pada manejemen dalam hubungannya dengan opini publik yang ada)
   c) *To use communication to influence public opinion* (Untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik).

Dari kedua pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi *Public Relations* secara universal menyangkut dua fungsi yaitu menyampaikan kebijkasanaan manajemen pada publik dan menyampaikan opini publik pada menajemen. (Yulianita, 2007:29)

Menurut **H. Rochajat Harun** seorang Humas/Hubungan Masyarakat dalam sebuah Organisasi/Instansi adalah sebagai berikut:

1. *Public Relations*/Humas merupakan sebuah fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan mempertahankan garis komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama timbal balik antara sebuah organisasi dan masyarakatnya;
2. Melibatkan manajemen ke dalam sebuah isu;
3. Membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi mengenai pendapat masyarakat dan menanggapinya;
4. Membantu manajemen untuk senantiasa mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan itu secara efektif;
5. *Public Relations* juga berfungsi sebagai suatu sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi trend dan menggunakan riset serta teknik komunikasi etis sebagai piranti utamanya.
   (Harun, 2008:124)

2.3.4 Proses *Public Relations*

Proses *Public Relations* sangat tergantung dari input informasi, karena bidang *Public Relations* adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia yang membutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, serta data yang dapat mengubah sikap manusia atau kelompok manusia secara efektif. Proses *Public Relations* selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berdasarkan prosesnya, ada empat langkah yang biasa dilakukan dalam proses *Public Relations* sebagaimana yang diajukan oleh **Cutlip dan Center** sebagai berikut:

1. Definisikan Permasalahan
   Dalam tahap ini *Public Relations* perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu *Public Relations* perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan. Tahap ini merupakan penerapan atau fungsi intelijen

perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh seorang *Public Relations* setiap saat secara kontinu bukan hanya pada saat krisis terjadi.

2. Perencanaan dan Program
   Pada tahap ini seorang *Public Relations* sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. Pada tahap ini penting bagi *Public Relation*s mendapatkan dukungan penuh dari pimpinan puncak perusahaan karena besar kemungkinan langkah yang diambil akan sangat strategis dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian.
3. Aksi dan Komunikasi
   Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan/kegiatan sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan. Pada tahap ini, aksi dan komunikasi harus dikaitkan dengan *objective* dan *goals* yang spesifik.
4. Evaluasi Program
   Proses *Public Relations* selalu dimulai dari mengumpulkan fakta dan diakhiri pula dengan pengumpulan fakta. Untuk mengetahui prosesnya sudah selesai atau belum, seorang *Public Relations* perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil. Maka, tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan di masa lalu. Penyesuaian dapat dibuat dalam program yang sama, atau setelah suatu masa berakhir. (Kasali, 2000: 82-85).

Rhenald Kasali mengenai proses *Public Relations,* yaitu seseorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, apa pesan yang akan disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya, dan bagaimana evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukan. (Rhenald Kasali, 2006 : 33).

Ada kesinambungan yang begitu jelas. Bahwa proses seorang humas dalam sebuah manajemen organisasi yaitu menentukan perencanaa, menentukan kegiatan, bentuk penyampaiannya melalui media apa dan

mengevaluasi kegiatan demi tercapainya sebuah komitmen bersama berupa maskud dan tujuan.

2.4 Tinjauan Tentang Peranan

Dimanapun kita berada sebagai mahluk sosial kita mempunyai tugas dan perannya masing-masing. Suatu sistem lapisan masyarakat mempunyai dua unsur yang sangat penting yaitu status dan peranan. Keduanya mengatur hubungan timbal balik antar individu dalam masyarkat dan antara individu dengan masyarakatnya, dan tingkah laku individu-individu tersebut.

Menurut **Soekanto**, peranan (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan sutu peranan. Kedudukan dan peranan tidak dapat dipisahkan, karena kedua-duanya sangat ketergantungan satu sama lain. Tidak ada peranan tanpa kedudukan dan tidak ada kedudukan tanpa ada peranan. (Soekanto, 1999:268)

Menurut **Indrawijaya,** mengatakan bahwa secara sederhana peranan dapat diartikan sebagai pola tugas dan kewajiban anggota kelompok serta cara bagaimana suatu tugas dibagi-bagi antara anggota kelompok. Menurut Thibaut & Kelley, menyebutkan bahwa “peranan adalah suatu pola perilaku yang diharapkan dari seseorang oleh orang-orang lain bila ia melakukan interaksi dengan mereka”. (Indrawijaya, 2002:130).

Linton dalam **Soekanto** menjelaskan bahwa peranan mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukkan apa

yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan orang lain. Orang yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku dengan perilaku orang-orang sekelompoknya. Peranan lebih banyak merujuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Ada tiga hal yang mencakup peranan seseorang yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalm kehidupan kemasyarakatan.
2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi instruktur social masyarakat. (Soekanto, 1999:269)

H. Laurence Ross dalam **Susanto**, *Role* atau peranan merupakan dinamika dari status atau penggunaan dari hak dan kewajiban atau bisa disebut juga status subjektif. (Susanto, 1999:75)

Jadi dari pengertian-pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa peranan adalah perpaduan antara status atau kedudukan seseorang. Keduanya saling kait-mengait tidak dapat terpisahkan. Peranan seseorang menentukkan orang lain itu berperilaku. Jadi peranan adalah segala sesuatu yang menyangkut berubahnya perilaku sesuai dengan hak dan kewajibannya.

2.5 Tinjauan Tentang Sosialisasi

Sebelum melihat bagaimana seluk beluk definisi mengenai sosialisasi, ada baiknya kita melihat terlebih dahulu bagaimana sosialisasi ini terbentuk. **Susanto** berpendapat bahwa sosialisasi terbentuk karena adanya sebuah proses sosial. Proses sosial merupakan suatu *proses*, yang berarti bahwa ia merupakan suatu gejala perubahan, gejala penyesuaian diri, gejala pembentukkan. Semua gejala ini disebabkan karena individu-individu dalam kelompok menyesuaikan diri satu sama lain, menyesuaikan diri dengan keadaan. Usaha ini akan terus-menerus dilakukan selama kelompok itu bernilai baginya, selama dirasakannya bahwa ia memerlukan kelompok untuk kemajuan dan perkembangan dirinya. (Susanto, 1999:13)

Karena itu, proses ini kemudian menjurus menjadi proses sosialisasi. **Charlotte Buehler** dalam **Susanto** memberikan berpendapat bahwa "sosialisasi ialah proses yang membantu individu melalui belajar dan menyesuaikan diri, bagaimaa cara hidup dan bagaimna cara berfikir kelompoknya agar supaya dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya."

Proses sosialisasi ini terjadi melalui interaksi sosial, yaitu hubungan antar manusia yang menghasilkan suatu proses pengaruh mempengaruhi. Dalam proses pendewasaan manusia berdasarkan pengalamannya sendiri selalu akan terbentuk suatu sistem perilaku (*behaviour system*) yang juga ikut ditentukan oleh watak pribadinya, yaitu bagaimana ia akan memberi reaksi terhadap suatu pengalaman. Akhirnya sistem perilaku inilah yang akan menetukkan dan membentuk sikapnya (*attitude*) terhadap sesuatu. Melalui proses sosial dan sosialisasi inilah, dengan

sendirinya akan terbentuk dalam masyarakat kelompok-kelompok sosial atau biasa kita kenal dengan istilah *group*. Dalam sebuah *group* inilah masing-masing anggota kelompok mempunyai tugas atau peran yang dikerahkan kepadanya.

Sama halnya dengan Susanto, **Soerjono Soekanto** pun berpendapat yang sama bahwa sosialisasi terbentuk karena adanya proses sosial melalui interaksi sosial. Suatu interaksi tidak mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat yaitu adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Soekanto memberikan pengertian bahwa sosialisasi (*socialization*), yaitu suatu proses, dimana anggota masyarakat yang baru memperlajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat dimana dia menjadi anggota. (Soekanto, 1999: 72)

Paul B. Horton dan **Chester L. Hunt** dalam *Sosiologi*, mendefinisikan bahwa sosialisasi adalah proses mempelajari kebiasaan dan tata kelakuan untuk menjadi suatu bagian dari masyarakat, sebagian besar adalah proses mempelajari perilaku peranan. (Horton dan Hunt, 1991:118)

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, Sosialisasi berasal dari kata Sosial yang artinya (segala sesuatu) mengenai masyarakat; kemasyarakatan. Sedangkan sosialisasi adalah usaha untuk mengubah milik seseorang menjadi milik umum. Sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses seumur hidup bagaimana seorang individu mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara-cara hidup, nilai-nilai, dan norma-norma social yang terdapat dalam masyarakat agar dapat diterima oleh masyarakatnya.

Jadi dari pengertian-pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang nilai-nilai atau norma-notma dari suatu kelompok dalam proses pembentukkan dirinya.

2.6 Tinjauan tentang Ruang Henti Khusus (RHK)

Ruang Henti Khusus Sepeda Motor (RHK) sepeda motor secara definisi ialah ruangan yang disediakan pada ujung kaki persimpangan untuk diisi secara khusus hanya oleh sepeda motor pada saat lampu merah. RHK dibentuk dengan cara menarik mundur garis henti kendaraan bermotor roda 4 selebar yang dibutuhkan oleh sejumlah sepeda motor.

Jadi RHK merupakan bidang datar berdimensi dua yang dibatasi oleh garis henti untuk sepeda motor dan marka garis henti untuk kendaraan bermotor roda empat. Kedua marka garis henti ini ditempatkan sedemikian rupa secara berurutan dan dipisahkan oleh suatu bidang datar dengan panjang dan lebar tertentu. RHK ini tidak boleh diisi oleh kendaraan selain sepeda motor. Untuk kendaraan roda 4 harus berada di belakang RHK tersebut.

Ruang Henti Khusus (RHK) sepeda motor pada persimpangan merupakan salah satu alternatif pemecahan masalah penumpukan sepeda motor pada persimpangan bersinyal. RHK sepeda motor didesain untuk fasilitas ruang berhenti sepeda motor selama fase merah yang ditempatkan di antara garis henti paling depan dengan garis henti untuk antrian kendaraan bermotor roda empat. RHK dibatasi oleh garis henti untuk sepeda motor dan marka garis henti untuk

kendaraan bermotor roda empat lainnya. Kedua marka garis henti ditempatkan secara berurutan dan dipisahkan oleh suatu ruang dengan jarak tertentu.

Model RHK untuk sepeda motor dikembangkan dari model *Advanced Stop Lines* (ASLs) untuk sepeda, yaitu fasilitas yang diperuntukkan bagi sepeda yang ditempatkan di depan antrian kendaraan bermotor (Wall GT et al, 2003). Di antara kedua garis henti ini, terbentuk suatu area yang dikenal sebagai area reservoir yang merupakan area penungguan selama fase merah, yang memungkinkan sepeda motor dapat menunggu di depan kendaraan bermotor lainnya di kaki persimpangan.

Model RHK yang dikembangkan dilengkapi dengan lajur pendekat dimaksudkan untuk membantu memudahkan sepeda motor mendekati garis henti di mulut persimpangan. Dengan demikian, RHK berfungsi untuk membantu sepeda motor langsung ke persimpangan dengan mudah dan aman yang memungkinkan sepeda motor dapat bergerak lebih dahulu dari kendaraan roda empat dan membuat persimpangan bersih lebih dahulu. Hal ini akan membuat kendaraan lain lebih mudah bergerak serta dapat mengurangi resiko konflik lalu lintas yang diakibatkan oleh berbagai *manuver* sepeda motor khususnya manuver sepeda motor yang akan berbelok

2.7 Tinjauan Tentang Kendaraan

Kendaraan bermotor adalah kendaraan yang digerakkan oleh peralatan teknik dimana peralatan tersebut merupakan satu kesatuan sistim yang terdiri dari rangka landasan, bagian-bagian motor penggerak, perangkat penerus daya, bodi

kendaraan, perangkat rem, perangkat suspensi / roda, perangkat kemudi beserta kelistrikan yang saling mengadakan Interrelasi secara tertib.

Pengertian kendaraan bermotor disini termasuk juga kereta gandengan atau kereta tempelan yang dirangkaikan dengan kendaraan bermotor yang dipergunakan untuk mengangkut barang dan dirancang untuk ditarik oleh kendaraan bermotor tersebut.

1. Rangka landasan

Bagian dari kendaraan yang befungsi untuk mendukung mesin, kopling, transmisi, pegas-pegas dan komponen-komponen lainnya, dimana pada landasan ini dipasangkan badan kendaraan (body).

Landasan tersebut harus dapat memikul berat kendaraan dan tahan terhadap getaran, goncangan yang disebabkan permukaan jalan yang tidak rata.

2. Motor penggerak.

Berdasarkan proses pembakaran yang terjadi didalam ruang bakar, motor penggerak dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu motor bensin dan motor disel, perbedaan utama antara motor bensin dan disel adalah pada saat terjadi proses pembakaran.

Pada motor bensin dinyalakan oleh loncatan bunga api listrik yang dihasilkan oleh busi oleh karena itu motor bensin sering juga disebut dengan ***Spark Ignition Engine***, sedang pada Motor disel proses penyalaan karena kompresi campuran udara dan bahan bakar sehingga

mencapai temperatur dan tekanan nyala dari bahan bakar, oleh karena itu motor disel biasa disebut dengan ***Compreession Ignition Engine***.

Motor penggerak / mesin kendaraan harus memenuhi persyaratan :

1. Kompak dan ringan
2. Menghasilkan tenaga yang besar
3. Mudah dikendalikan dan perawatannya sederhana
4. Bekerja dengan baik dan mempunyai tingkat kesulitan minimal
5. Mudah dibongkar dan dipasang kembali

Sedangkan pengelompokan motor penggerak dapat ditentukan antara lain berdasarkan susunan silinder, sehingga dikenal :

1. Mesin satu baris (in-line), dimana susunan sillindernya terletak pada sebuah bidang datar
2. Mesin V, dimana susunan silinder jenis ini sumbu poros engkol berimpit dengan garis potong kedua bidang tersebut.
3. Mesin X, merupakan penggabunan mesin V yang disusun dalam arah yang bertolak belakang.

3. PRINSIP KERJA MESIN / MOTOR PENGGERAK

Proses pembakaran dan penghasilan tenaga yang berlangsung pada mesin terjadi secara periodik (siklus), dimana siklus ini dibedakan menjadi siklus 2 langkah dan siklus 4 langkah.

Pada siklus 2 langkah ini untuk setiap periode terdapat gerakan piston dua kali, yaitu gerakan menuju titik mati atas (TMA) dan gerakan

menuju titik mayi bawah (TMB), sedangkan pada siklus 4 langkah terdapat empat kali gerakan piston yaitu dua kali menuju titik mati atas (TMA) dan dua kali menuju titik mati bawah (TMB).