BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Komunikasi Sebagai Ilmu

Berdasarkan berbagai literatur yang penulis pahami, bahwa Ilmu adalah sebuah himpunan dari berbagai arahan dan petunjuk-petunjuk yang sesuai dengan bidang tertentu, dengan kata lain Ilmu akan memberitahukan arah-arah bidang tertentu sesuai bidang itu sendiri.

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang paling mendasar, tidak dapat dipungkiri lagi, bahwasanya manusia selalu melakukan komunikasi dari awal bangun dari tidur sampai pada ketika tidur kembali.

Ciri dari suatu ilmu adalah memiliki metode. Metode berarti penyelidikan berlangsung menurut suatu rencana tertentu. Metode ilmiah berarti mengadakan penataan data. Sebelum ditata ia merupakan suatu tumpukan yang kacau balau.(Wiryanto, 2004:2).

Di dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi(Wiryanto:2004:3), dikatakan menurut Fisher bahwa “Ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat *eklektif*. (Fisher, 1986:17). Sifat eklektif ilmu komunikasi digambarkan oleh Wilbur Schram “Sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya.(Wilbur Schram, 1963:2)

Berdasarkan beberapa sumber yang peneliti dapatkan, bahwa Komunikasi sebagai ilmu adalah :

> Berger dan Chaffe (1983:17) menerangkan bahwa ilmu komunikasi adalah : "Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan, dan efek dari symbol serta sistem signal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan, dan efeknya).
>
> "Kata lain yang mirip dengan Komunikasi adalah Komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. (Deddy Mulyana, 2005:42)

2.1.2 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 menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. (Mulyana, 2003:41)

Pendapat para ahli tentang pengertian-pengertian Komunikasi adalah sebagai berikut :

- Komunikasi sebagai tindakan satu arah

  a. Bernard Barelson & Garry A. Steiner:

"Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya". (Mulyana, 2005:62)

b. Theodore M. Newcomb:

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima". (Mulyana,2005:62)

c. Carl I. Hovland:

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)". (Mulyana 2005:62)

d. Everett M. Rogers:

"Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka". (Mulyana,2005:62)

e. Raymond Ross:

"Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon

dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator". (Mulyana, 2005:62)

f. Harold Lasswell:

"(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, 2005:62)

- Komunikasi sebagai Transaksi

a. John R. Wenburg dan William W. Wilmot:

"Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna".(Mulyana, 2005:68)

b. Donald Byker dan Loren J.Anderson:

"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih".(Mulyana, 2005,69)

c. William I. Gorden:

"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan".(Mulyana, 2005:69)

d. Judy C. Pearson dan Paul E.Nelson:

"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna".(Mulyana, 2005:69)

e. Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss:

> "Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih". (Mulyana, 2005:69).

2.1.3 Unsur Komunikasi

Di dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, menurut Effendy, yang diambil dari definisi Lasswell, terdapat lima unsur Komunikasi, antara lain :

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

Lasswell menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu.

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk 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

Komunikan 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)

2.1.4 Fungsi Komunikasi

Di dalam buku Deddy Mulyana menyebutkan bahwa Komunikasi memiliki 4 fungsi, yaitu fungsi komunikasi Sosial, fungsi komunikasi Ekspresif, fungsi komunikasi Ritual, fungsi komunikasi Instrumental.

1. Fungsi pertama: Komunikasi Sosial

   Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya megisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kia bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan Negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama. (Mulyana, 2005:5)

2. Fungsi kedua: Komunikasi Ekspresif
   Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaa-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal. (Mulyana, 2005:21-22)

3. Fungsi ketiga: Komunikasi Ritual
   Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, suanatan, ulang tahun (nyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue), pertungangan (melamar, tukar cincin), *siraman*, pernikahan (*ijab-qabul*, *sungkem* kepada orang-tua, *sawer* dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang

mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk Komunikasi Ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau Agama mereka. (Mulyana, 2005:25)

4. Fungsi keempat: Komunikasi Instrumental
   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tuuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengunah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan dan menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara meninginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. Bahkan komunikasi yang menghibur (to entertain) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.(Mulyana, 2005:30)

2.1.5 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menayatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

a. To secure understanding,

b. To establish acceptance,

c. To motivate action.

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina *(to establish acceptance).* Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan *(To motivate action)*

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa orang dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, orang berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan orang untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran orang akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, orang berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang orang perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan orang dengan orang lain. (Mulyana, 2003:4)

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2003:4)

2.1.6 Bentuk Komunikasi

Di dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Deddy Mulyana), terdapat konteks-konteks komunikasi dengan berdasarkan tingkatan *(level),* ada komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi yang paling sedikit sampai komunikasi yang melibatkan jumlah peserta yang paling banyak.

Konteks-konteks komnikasi tersebut, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Intrapribadi *(Intrapersonal Communication)*

   Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)*

   Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama

manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya kelurga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum *(public)*, misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik).

(Mulyana, 2003 : 72-75)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Menurut Goldbaher (1979:14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993:201) editor Deddy Mulyana (2006). 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 organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitasi kepada organisasi tersebut.

Definisi fungsional komunikasi organisasi bahwa ”Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit – unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu”.(R.Wayne Pace & Don Faules, 1993 : 31)

Komunikasi organisasi menurut Persepsi Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010 : 5) adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan :

a. Komunikasi internal
b. Hubungan manusia
c. Hubungan persatuan pengelola
d. Komunikasi *downward* (komunikasi dari atasan kepada bawahan)
e. Komunikasi *upward* (komunikasi dari bawahan kepada atasan)
f. Komunikasi *horizontal* (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

”Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik,

komunikasi antarpribadi dan adakalanya 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 gosip ". (Mulyana, 2005 : 75).

2.3 Tinjauan Tentang Arus Komunikasi

Arus komunikasi dalam organisasi (Wiryanto, 2004 : 62), "Arah arus komunikasi organisasi dapat dilihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping".

a. 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 komunikasi ini mencakup, antara lain:

1). 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.

2). Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab

3). Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran – saran perbaikan

4). Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

b. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah.

Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karyawannya adalah komunikasi ke bawah. " Harap diketik surat ini rangkap dua." Atau "Kirim barang ini segera," dan sebagainya.

c. Komunikasi Lateral

Komunikasi lateral adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. 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 pekerja.

Seperti hal tersebut diatas, terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunikasi organisasi, antara lain ialah :

Arus komunikasi vertikal yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*), selain itu arus komunikasi yang terdapat di sini adalah arus komunikasi horizontal, yaitu arus komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama. Serta komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya yang disebut sebagai komunikasi diagonal.

Dalam komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan seperti halnya dalam komunikasi vertikal, namun tidak juga menunjukkan keakraban seperti pada komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi, misalnya seorang Anggota

komunitas motor mengeluhkan tentang masalah rapat tahunan kepada kepala Komunitas motor di daerah lain.

2.4 Tinjauan Tentang Jaringan Komunikasi

Pada buku R.Wayne Face & Don F.Faules (1993) terjemahan Deddy Mulyana (2006:176), menjelaskan tentang peranan Jaringan-kerja Komunikasi yaitu: Sebuah organisasi terdiri dari orang-orang dalam berbagai jabatan. Ketika orang-orang dalam jabatan itu mulai berkomunikasi satu dengan yang yang lainnya, berkembanglah keberaturan dalam kontak dan "Siapa berbicara kepada Siapa". Lokasi setiap individu dalam pola dan jaringan yang terjadi memberi peranan pada orang tersebut. "Peranan jaringan-kerja komunikasi yang dimaksud tersebut memiliki 7(tujuh) peranan jaringan komunikasi (Danowski,1976; Farace, 1980, Monge 7 Russell,1977; Farace, Taylor, & Stewart, 1978; Richards,1974; Roberts & O'reilly,1978; Rogers & Agarwala-Rogers,1976; "

1. Anggota Klik. Klik adalah sekelompok individu yang paling sedikit separuh dari kontaknya merupakan hubungan dengan anggota-anggota lainnya.

2. Penyendiri. Penyendiri adalah mereka yang hanya melakukan sedikit atau sama sekali tidak mengadakan kontak dengan anggota kelompok yang lainnya.

3. Jembatan. Jembatan adalah seorang anggota klik yang memiliki sejumlah kontak yang menonjol dalam kontak antarkelompok, juga menjalin kontak dengan anggota klik lain.

4. Penghubung. Penghubung adalah orang yang mengaitkan atau menghubungkan dua klik atau lebih tetapi ia *bukan* anggota salah satu kelompok yang dihubungkan tersebut.

5. Penjaga gawang. Menjaga gawang, menurut Katz dan Lazarsfeld(1955), berarti "mengendalikan satu bagian strategis dari suatu saluran…agar memiliki kekuatan untuk memutuskan apakah sesuatu yang mengalir melintasi saluran akan sampai kepada kelompok tersebut atau tidak"(hlm.119). Dalam suatu jaringan komunikasi organsisasi, *penjaga gawang* (*gate keeper*) adalah orang yang secara strategis ditempatkan dalam jaringan agar dapat melakukan pengendalian atas pesan apa yang akan disebarkan melalui sistem tersebut.

6. Pemimpin pendapat. Berlawanan dengan pemimpin resmi yang memiliki otoritas dalam organisasi berdasarkan jabatan yang mereka pegang, pemimpin pendapat (*opinion leader*) adalah orang yanpa jabatan formal dalam semua sistem sosial, yang membimbing pendapat dan mempengaruhi orang-orang dalam keputusan mereka.

7. Kosmopolit. Manusia kosmopolit adalah orang yang menjadi milik seluruh dunia atau orang yang bebas dari gagasan, prasangka, atau kecintaan lokal, daerah atau nasional. Seorang kosmopolit adalah individu yang melakukan kontak dengan dunia luar, dengan individu-individu di luar organisasi.

Setiap peranan memainkan suatu bagian khusus dalam jaringan komunikasi. Anggota klik adalah jantung sistem dan bertindak sebagai tujuan akhir bagi kebanyakan pesan. Penyendiri memberi tantangan pada sistem dan menciptakan derajat ketidakpastian pada keefektifan program penyebaran pesan. Jembatan merupakan pemroses sentral informasi yang menyediakan hubungan langsung di antara klik-klik yang berlainan. Penghubung mengintegrasikan dan menjadi penghubung-antarklik. Penjaga gawang mengendalikan perpindahan pesan-pesan dan kontak-kontak dengan tujuan meminimalkan kelebihan beban dan meningkatkan perubahan sikap dan membantu dalam pengambilan keputusan informal. Kosmopolit menghubungkan organisasi dengan orang-orang dan gagasan-gagasan dalam lingkungan yang lebih besar.

2.5 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

Menurut R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) yang diterjemahkan Oleh Deddy Mulyana (2006:174),“Meskipun organisasi formal amat mengandalkan proses berurutan umum untuk menyebarkan informasi, pola khusus aliran informasi berkembang dari kontak antarpersona yang teratur dan cara-cara rutin pengiriman dan penerimaan pesan. Katz dan Kahn (1966) menunjukkan bahwa pola atau keadaan urusan yang teratur mensyaratkan bahwa komunikasi di antara para anggota sistem tersebut dibatasi. Sifat asal organisasi mengisyaratkan pembatasan mengenai siapa berbicara kepada

siapa. Burgess (1969) mengamati bahwa karakter komunikasi yang ganjil dalam organisasi adalah bahwa "pesan mengalir menjadi teratur sehingga kita dapat berbicara tentang jaringan atau struktur komunikasi" (hlm.138). Ia juga menyatakan bahwa organisasi formal mengendalikan struktur komunikasi dengan menggunakan sarana tertentu seperti penunjukan otoritas dan hubungan-hubungan kerja, penetapan kantor, dan fungsi-fungsi komunikasi khusus". (Dikutip dari Buku R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) yang diterjemahkan Oleh Deddy Mulyana (2006:174))

Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Gambar 2.1
Dua Pola Dasar Komunikasi



Pola Roda **Pola Lingkaran**

(Sumber: R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) yang diterjemahkan Oleh Deddy Mulyana (2006:174)

Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya. Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang anggotapun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yag memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan.

Pola lingkaran meliputi kombinasi orang-orang penyampai pesan cenderung lebih baik daripada pola roda yang mencakup aliran komunikasi yang amat terpusat dalam keseluruhan aksesibilitas anggota antara yang satu dengan yang lainnya, moral atau kepuasan terhadap prosesnya, jumlah pesan yang dikirimkan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam tugas; di pihak lain, pola roda memungkinkan pengawasan yang lebih baik atas aliran pesan, kemunculan seorang pemimpin bisa lebih cepat dan organisasi lebih stabil, menunjukkan kecermatan tinggi dalam pemecahan masalah, cepat dalam memecahkan masalah, tetapi terlihat cenderung mengalami kelebihan beban pesan dan pekerjaan.

2.6 Tinjauan Tentang Solidaritas

Solidaritas dilihat secara Etimologi adalah kesetiakawanan atau kekompakkan. Wacana solidaritas bersifat kemanusiaan dan mengandung nilai adiluhung, tidaklah aneh kalau solidaritas ini merupakan keharusan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.[7]

Selain dari Komunikasi yang diperlukan dalam organisasi, Solidaritas adalah hal tidak dapat terpisahkan dalam sebuah Organisasi komunitas, karena pada dasarnya, "Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu".(Mulyana, 2005: 42).

Organisasi haruslah bisa mengayomi anggota-anggotanya menjadi individu yang baik, agar pada saat melakukan kegiatan-kegiatan sosial dan berbaur dengan masyarakat, individu dan anggota dalam organisasi dapat dijadikan contoh yang baik untuk masyarakat itu sendiri

Dalam suatu komunitas organisasi, organisasi yang benar-benar baik adalah organisasi yang memiliki anggota-anggota yang baik pula. Untuk memelihara keutuhan organisasi, diperlukan komunikasi yang baik antara sesama pihak pada suatu komunitas organisasi tersebut, hal ini dapat terjalin dengan baik dengan adanya rasa saling membutuhkan, dan ingin mencapai tujuan yang sama, dengan membentuk suatu keinginan-keinginan pada

---

[7] *http://sayyidulayyaam.blogspot.com/2006/11/islam-dan-solidaritas-sosial.html,Internet download, Pada Desember 2011, Pukul 23:30 Wib*

sesama anggota dari organisasi agar dapat terbentuk sebuah solidaritas dalam mempertahankan sebuah komunitas dalam organisasi tersebut.

Sesuai dengan pengertian-pengertian dari komunikasi organisasi, bahwa dalam sebuah organisasi terdapat penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan dan dari bawahan kepada atasan, serta terjadi pertukaran arus pesan melalui komunikasi organisasi tersebut yang memiliki pola komunikasi dalam penyampaiannya.

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi kemampuan sebuah organisasi untuk tetap bertahan dan berkembang dalam sebuah komunitasnya. Hal terpenting yang dibutuhkan ialah menciptakan rasa saling pengertian kepada hal-hal tertentu dalam sebuah organisasi. Komunikasi sangat diperlukan demi terciptanya rasa saling pengertian tersebut. Apabila komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi belum efektif, maka akan berakibat organisasi tersebut tidak akan bertahan.

Dengan adanya komunikasi organisasi pada sebuah komunitas tersebut dapat terjalin sebuah rasa saling pengertian dari sesama anggota sehingga dapat menumbuhkan rasa solidaritas yang tinggi pada sesama anggotanya dalam mempertahankan keutuhan komunitas tersebut.

2.7 Tinjauan Tentang Komunitas

> "Kata lain yang mirip dengan Komunikasi adalah Komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi

> tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, Agama dan bahasa, dan masing-masng bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat, dalam sejarah komunitas tersebut. (Deddy Mulyana, 2005:42)

Adanya individu-individu yang berkumpul dan membentuk suatu kelompok dalam kehidupan sehari-harinya, misalnya saja ketika beberapa orang membicarakan sesuatu atau hobi yang sama, disadari atau tidak hal itu adalah ciri-ciri sebuah komunitas. Di dalamnya mereka yang berkumpul tersebut membicarakan hobi dan kesukaan yang sama yang tentu saja mencari tujuan-tujuan bersama melalui kebersamaan yang terungkap lewat pengalaman-pengalam yang mereka ceritakan tersebut.

Selain itu, Komunitas juga merupakan tempat dan sarana setiap individu yang memiliki kegemaran yang sama untuk berkumpul, bertukar fikiran dan menjalankan misi-misi tertentu demi tercapainya sebuah tujuan bersama dan demi sebuah eksistensi komunitas tersebut yang diusahakan melalui rasa solidaritas yang ada pada diri masing-masing individu dalam kelompok tersebut.

2.8 Tinjauan Tentang Organisasi Komunitas Motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) Bandung

Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) merupakan sebuah organisasi yang awal berdiri pada tahun 1997 dengan nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club). Latar belakang berdirinya komunitas "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) ini adalah ketika beberapa orang

pengendara motor roda dua dengan jenis motor Kawasaki Ninja ini yang memiliki kesukaan (*hobby*) yang sama yaitu *freestyle* di atas motor melakukan *touring* ke pantai pangandaran dan ketika itu muncul sebuah ide untuk membentuk sebuah komunitas motor pecinta *freestyle* dengan jenis motor Kawasaki Ninja, sehingga dibentuklah komunitas tersebut dengan nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club).

Dengan adanya alasan untuk lebih mengikat rasa persaudaraan antara sesama pecinta *freestyle* di atas motor dengan jenis motor Kawasaki Ninja tersebut, maka pada tahun 2003 nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) dengan 30 anggota aktif melakukan *touring* ke pantai Pangandaran untuk merumuskan tentang perubahan nama, maka berubahlah nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) menjadi "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung. Seiring perubahan nama BKNC menjadi KNC Bandung tersebut, tujuan-tujuan organisasi yang merupakan hasil dari kesepahaman dan saling pengertian bersama agar tercapai tujuan organisasi, maka dibuatlah Visi dan Misi dari KNC Bandung.