BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam Tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan member gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang pola komunikasi:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Skripsi Ini
1	Pola Komunikasi Pimpinan Departemen Komunikasi PT. Dirgantara Indonesia	Ricky Ichsan Hilmansyah Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, UNIKOM	Kualitatif, Studi Deskriptif	Menunjukan proses komunikasi pimpidan departemen komunikasi PT. Dirgantara Indonesia berlangsung dua arah, Dimana tidak hanya pemimpin saja yang selalu menyampaikan pesan dan informasi kepada bawahannya, namun pemimpin juga selalu memberikan kesempatan pada bawahannya untuk	Penelitian Ricky menjelaskan Pola Komunikasi Pimpinan Depertemen Komunikasi PT. Dirgantara Indonesia sedangkan Penelitian ini menjelaskan Pola komunikasi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang Kesejahteraan Sosial “Anak Jalanan”

				menyampaikan pesan dan informasi	
2	Pola Komunikasi Public Relation Officer Dalam Mempertahankan Citra PT. LION AIR Indonesia Cabang Manado	Andreaono Rinaldi Sitinjak Jurusan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Kualitatif, Studi Deskriftif	Menunjukan bahwa Pola Komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan citra PT.LIOAN AIR Indonesia menggunakan keempat pola yakni: pola komunikasi primer,sekunder, linier, dan sirkular.	Penelitian Andreano Menjelaskan Pola Komunikasi PR PT. LION AIR Indonesia Cabang Manado dalam Mempertahankan Citra sedangkan Penenlitian ini menjelaskan Pola komunikasi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang Kesejahteraan Sosial "Anak Jalanan"
3	Pola Komunikasi Humas PEMDA DKI Jakarta Dalam Menyosialisasikan program Enjoy Jakarta	Riyodina G. Pratikto Universitas Budiluhur Jakarta	Kualitatif, Pendekatan Studi Kasus	Menunjukan bahwa humas Pemda DKI Jakarta menggunakan bentuk komunikasi informative dan persuasif untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat terkait dengan upaya sosialisasi program Enjoy Jakarta! Disertai dengan pola media relation hal ini sebagai bagian dari strategi komunikasi humas PEMDA DKI Jakarta untuk meningkatkan Citra Jakarta.	Penelitian Riyodina MenjelaskanPola Komunikasi Humas PEMDA DKI Jakarta Dalam Menyosialisasikan Program Enjoy Jakarta sedangkan Penelitian ini mengenai Pola komunikasi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang Kesejahteraan Sosial "Anak Jalanan"

Sumber: Catatan Peneliti, Februari 2015

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Menurut Willbur Schram dalam buku yang ditulis oleh Tommy Suprapto, bahwasannya komunikasi berasal dari kata-kata dalam bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama.Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commones*) dengan seseorang.Yaitu kita berusaha membagi informasi, idea atau sikap. (Suprapto, 2005 : 5).

Definisi komunikasi menurut Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid dalam buku yang dikarang oleh Hafied Cangara adalah sebagai berikut:

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam". (Cangara, 2005 : 19).

Definisi komunikasi menurut Yosal Iriantara, bisa dijelaskan sebagai berikut:

> "Komunikasi adalah proses penyampaian informasi-informasi, pesan-pesan,gagasan-gagasan atau pengertian-pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna baik secara verbal maupun nonverbal dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian dan kesepakatan bersama".(Iriantara, 2005 : 1).

Dalam definisi singkat, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, namun seiring perkembangan zaman dalam berkomunikasi

siapapun bisa menjadi komunikator maka dari itu dikenallah istilah partisipan komunikasi.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai.Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi pun bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai media dan aspek-aspek lain diluar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia.

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Harold Laswell dalam buku Deddy Mulyana bahwasannya 5 unsur komunikasi meliputi :

1. **Sumber (*source*)**

   Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder* atau *originator*.Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi, perusahan bahkan negara.

2. **Pesan *(message*)**

   Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*). Menurut Rudolph F Verderber, pesan terdiri dari 3 komponen yaitu makna, simbol, yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan.

3. **Saluran (*channel, media*)**

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

4. **Penerima (*receiver*)**

   Nama lain dari penerima adalah *destination, communicate, decoder, audience, listener* dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

5. **Efek (*effect*)**

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

Point-point diatas bersumber pada statement Harold Laswell yaitu cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *"who says what in which channel to whom with what effect*?"(Mulyana, 2007 : 69 –71).

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu:

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya

adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendy, 2003:31). Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara 4 tahap, yakni sebagai berikut :

   a) Proses komunikasi secara primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini.

b) Proses komunikasi secara 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 pertama. Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan. Seperti surat kabar, televisi siaran, radio, film, leaftlet, brosur, dan lain-lain.

c) Proses komunikasi secara linear

Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (Effendy, 2003: 38). Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face*-

to-face communication) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Proses komunikasi linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d) Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator. Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

2.1.2.4 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)

2.1.2.5 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.

2.1.2.6 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari:

1. Aspek bersifat fisik : seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis : seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial : seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu : yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

2.1.2.7 Hambatan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dinamika Komunikasi”, faktor-faktor penghambat komunikasi adalah :

1. Hambatan Sosio-Psikologis

2. Hambatan Semantik

   Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yangpengertiannya menjadi rusak.Gangguan semantic tersaring ke dalampesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenaipengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator,akan lebih banyak gangguan semantic dalam pesannya.Gangguan initerjadi 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
   b. Gangguan Mekanik

2. Kepentingan

   Kepentingan atau interst 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 benardengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuaikomunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yangbersangkutan.Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu komunikasiyang 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.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi sangat berperan dalan menumbuhkan kesejahteraan manusia baik dalam bidang kehidupan sehari-hari atau dalam sebuah organisiasi.Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang di organisasikan untuk mencapai tujuan tertentu.Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi. Bila dalam

organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya.

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal.Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi.Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi,tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

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 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).

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Conrad (dalam Tubbs dan Moss, 2005) mengidentifikasikan tiga fungsi utama komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah; fungsi relasional; fungsi manajemen ambigu.

1. Fungsi perintah berkenaan dengan angota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
2. Fungsi relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kenirja pekerjaan (*job performance*) dalam berbagai cara. Misal: kepuasan kerja; aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarkhi organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antarpersona yang baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dlakukan tidak anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dsb.
3. Fungsi manajemen ambigu berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misal: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri; tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut adanya pilihan tersebut

mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

Sementara itu Mudjoto dalam tekhnik komunikasi yang di kutip oleh Widjaya menyatakan bahwa fungsi komunikasi itu meliputi :

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.

Berdasarkan fungsi komunikasi itu, maka komunikasi memegang peranan penting dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing, karena komunikasi adalah factor yang terpenting dalam menunjang semua kegiatan dalam sebuah organisasi.

Ada pun fungsi komunikasi organisasi dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku 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 masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif

   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 dara batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

   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. Pekerjaaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

   Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.(Senjaya, 2007:4.8 – 4.10).

2.1.3.3 Dimensi – Dimensi Komunikasi Dalam Kehidupan Organisasi

1. **Komunikasi internal**

   Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Proses komunikasi internal ini bisa berujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer

maupun sekunder (menggunakan media rmassa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahankepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dll kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan.
b. Komunikasi horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir 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 kerja.

2. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi.Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh

kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri.Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang ianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik:

a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

   Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikianrupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi, press release, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, film documenter, brosur, leaflet, poster, konferensi pers.

b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi.

   Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

2.1.4 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

2.1.4.1 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 ditunjukan 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 adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antarorganisasi.

2.1.5 Tinjauan Tentang Anak Jalanan

Anak jalanan adalah seseorang yang berumur dibawah 18 tahunyang menghabiskan sebagian atau seluruh waktunya di jalanan denganmelakukan kegiatan-kegiatan guna mendapatkan uang atau gunamempertahankan hidupnya.

Anak jalanan merupakan sebagian dari anak-anak yang hidup dantumbuh di jalanan tanpa ada pemantauan dan tumbuh secara mandiri. Kehidupan anak jalanan bagi sebagian anak jalananmempunyai dampak yang positif misalnya anak menjadi tahan kerjakeras karena sudah terbiasa kena panas dan hujan, anak jalanan bisabelajar bekerja sendiri, bertanggung jawab dan membantu ekonomi orangtuanya.

2.1.5.1 Karakteristik Anak Jalanan

1. Usia anak jalanan Usia anak jalanan berperan dalam pembentukan perilaku seseorang, karena usia berpengaruh dalam penerapan pola asuh terhadap anak jalanan.
2. Jenis Kelamin Anak jalanan Jenis kelamin anak jalanan mempengaruhi dalam berperilaku dan didalam keluarga akan berbeda dalam menerapkan pola asuh. Anak jalanan laki-laki lebih banyak dari pada anak jalanan perempuan.
3. Pendidikan Anak Jalanan Kemampuan belajar yang dimiliki manusia merupakan bekal yang sangat pokok. Sudah barang tentu tingkat pendidikan dapat menghasilkan suatu perubahan dalam sikap tingkah laku yang dapat di pandang bercorak negatif.

2.1.6 Tinjauan Tentang Kegiatan Sosialisasi

2.1.6.1 Definisi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses belajar mengajar mengenai pola-pola tindakan interaksi dalam masyarakat sesuai dengan peran dan status sosial yang dijalankan masing-masing. Dengan proses itu, individu akan mengetahui dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing dan kebudayaan suatu masyarakat.

Melalui proses belajar semacam ini, seseorang juga mempelajari kebiasaan-kebiasaan, norma-norma, perilaku, peran, dan semua aturan

yang berlaku di masyarakat. Proses mempelajari unsur-unsur budaya suatu masyarakat inilah yang disebut dengan sosialisasi.

2.1.6.2 Tujuan Kegiatan Sosialisasi

Tujuan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh sebuah instansi dapat diperoleh dari hasil sosialisasi yang di dapat oleh individu dan masyarakat luas yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Individu
    a. Seseorang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik
    b. Seseorang dapat menyesuaikan tingkah lakunya sesuai dengan harapan masyarakat.
    c. Seseorang akan lebih mengenal dirinya sendiri dalam lingkungan.
    d. Seseorang akan menyadari eksistensi dirinya terhadap masyarakat di sekelilingnya.
    e. Membantu membentuk kepribadian individu
2. Bagi Masyarakat Luas
    a. Menjaga Integrasi kelompok dalam masyarakat
    b. Mengajarkan peran-peran sosial dan sikap-sikap penunjangnya
    c. Mengembangkan kemampuan berkomunikasi secara efektif
    d. membantu mengendalikan fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
    e. Mencegah terjadinya perilakudan menjaga hubungan sosial.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Manusia merupakan salah satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari berkomunikasi, oleh karena itu komunikasi sangatlah berperan penting dalam proses penyampaian informasi antar individu. Komunikasi sebagai interaksi, pandangan ini menyertakan komunikasi dengan suatu proses sebab-akibat, atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seorang menyampaikan pesan baik verbal maupun nonverbal, seorang penerima berekasi dengan memberi jawaban verbal atau menggagukan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua ,dan begitu seterusnya.

Komunikasi merupakan faktor terpenting dalam menjalin hubungan antara individu baik dalam komunikasi organisasi, dalam hal ini dinas tenaga kerja transmigrasi dan sosialdan anak jalanan akan dijadikan objek pada penelitian ini. Dimana komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang terjalin diantara satu atau lebih dari dua orang dalam konteks adanya suatu kedekatan emosional.

Dalam hal ini penelitian memfokuskan pada pola komunikasi sebagai bagian dari proses komunikasi. Pola komunikasi adalah suatu gambaran sederhana proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara suatu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soekanto, 2001). Didalam rumusan mikro terdapat proses komunikasi.

a. Proses Komunikasi

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).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy, Proses Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses komunikasi secara primer

   Proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakailambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1999 : 11-16).

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)

b. Hambatan Komunikasi

Hambatan terhadap proses komunikasi yaitu tidak sengaja dibuat oleh pihak lain tetapi lebih disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan. Misalnya cuaca, kebisingan kalau komuniaksi ditempat ramai, waktu yang tidak tepat, pengunaan media yang keliru, ataupun karena tidak kesamaan atau tidak "i*ntune" dari frame of reference and field of reference antar komunikator dengan komunikan (Effendy,2000:45)*

Dari masalah diatas masalah mikro diatas peneliti memperkuat penelitiannya dengan memakai landasan teori, yaitu teori Jaringan menurut Weick dan Taylor bahwa pola-pola komunikasi akanberkembang seiring waktu dalam sebuah organisasi. Jaringan (*networks*) merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antar individu dan kelompok. Mata rantai tersebut merupakan jalur komunikasi dalam sebuah organisasi. Beberapa diantaranya ditentukan oleh aturan-aturan organisasi (seperti susunan birokrasi yang dinyatakan oleh Weber) dan mendasari jaringan formal (*formal network)* , jaringan yang berkembang *(emergent network)* adalah saluran-saluran informal yang dibangun, bukan oleh regolasi formal organisasi tetapi oleh kontrak regular sehari-hari antaranggotanya.

Gagasan struktural dasar dari teori jaringan adalah keterkaitan gagasan bahwa ada pola komunikasi yang cukup stabil antarindividu.Individu-individu yang saling berkomunikasi saling terhubung ke dalam kelompok-kelompok yang selanjutnya saling terhubung kedalam seluruh jaringan (Littlejhon,2009:372)

Suatu dasar dari organisasi, menurut teori jaringan, adalah mata rantai (*link*) antara dua orang.Sistem organisasi terdiri banyak sekali mata rantai yang membagi orang-orang kedalam kelompok-kelompok dan menghubungkannya dengan organisasi.Sebuah mata rantai dapat didefinisikan dengan maksud dan tujuannya, bagaimana

tujuan atau maksud tersebut dibagi, dan fungsi mata rantai tersebut dalam organisasi. Mata rantai juga dapat mendefinisikan sebuah peranan jaringan (*network role*) tertentu, yang berarti bahwa mereka menghubungkan kelompok-kelompok dalam cara tertentu. Ketika anggota sebuah organisasi saling berkomunikasi, mereka memnuhi beragam peranan dalam jaringan tersebut. (Littlejhon 2009:373).

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran diatas diaplikasikan dalam rangka pemikiran konseptual seusuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu Pola Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Dan Sosial Pemerintah Kota Cimahi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial "Anak Jalanan". Berbicara mengenai pola komunikasi adalah mengenai suatu yang sangat dekat dengan diri kita yang memang sudah bisa kita lakukan sehari-hari yaitu berkomunikasi. Manusia berkomunikasi bisa secara verbal ataupun nonverbal, pola komunikasi sendiri merupakan salah satu kajian komunikasi yang ingin oleh disnakertransospada kegiatan sosialisasi kepada anak jalanan yaitu memberikan pengarahan yang memperjelas maksud dari pola komunikasi dinas tersebut.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi. Bila dalam organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya. Komunikasi antara dinas dan anak jalanan pada kegiatan sosialisasi secara langsung, yang

memungkinkan kedua belah pihak menangkap reaksi secara langsung baik verbal ataupun non verbal.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan tentang Pola Komunikasi Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi Dan Sosial Pemerintah Kota Cimahi Pada Kegiatan Sosialisasi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial "Anak Jalanan". Pemerintah Cimahi pada kegiatan sosialisasi anak jalanan, dalam sub fokus diatas peneliti mengaplikasikan kedalam bentuk nyata diantaranya" Proses komunikasi, dan hambatan yang digunakan disnakertransos sebagai cara untuk berinteraksi dan juga bagaimana cara komunikasi yang efektif dengan para anak jalanan pada saat kegiatan sosialisasi. Seperti yang sudah dijelaskan diatas tentang proses komunikasi, dan hambatan yang digunakan maka peneliti akan mengkaitkan yang telah dibuat.

Dapat kita ketahui bahwa pola komunikasi sebuah instansi banyak mengunakan berbagai pendekatan komunkasi dan diklasifikasikan, hal ini dapat kita jumpai ketika kita sedang berada di sebuah perusahaan semakin pesat dan terus berinovasi.

Pada kerangka konseptual, peneliti akan menerapkan berdasarkan landasan yang telah dipaparkan diatas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijasikan sebagai acuan penelitian dalam mengaplikasikan penelitian ini. Dimana dari penjelasan di atas bahwa disini pola komukasi itu menyangkut tentang proses Komunikasi dan hambatan komunikasi yang terjadi pada

Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Sosial dalam kegiatan sosialisasi kepada anak jalanan.

1. Proses Komunikasi

   Komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai komponen dasar sebagai berikut yaitu pengiriman pesan, penerimaan pesan, dan pesan perilaku yang bertujuan untuk komunikasi yang efektif demi kelancaran kegiatan sosialisasi yang dilakukan dinas tenaga kerja transmigrasi dan sosial. Oleh karena itu diperlukan pola komuniaksi yang efektif yang dilakukan dinas dalam kegiatan sosialisasi.

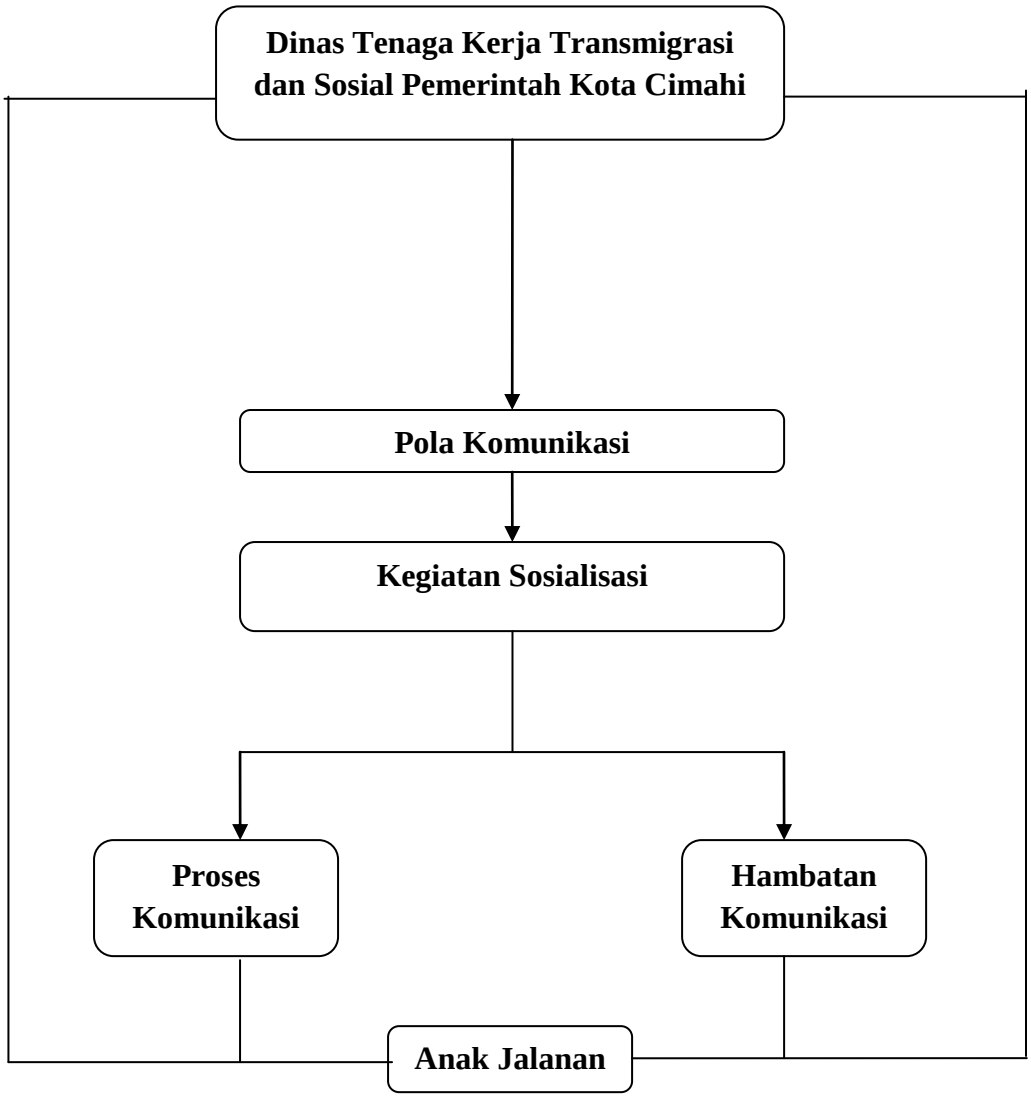
2. Hambatan Komunikasi

   Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari suatu pihak ke pihak lain dengan tujuan tercapai persepsi atau pengertian yang sama. Berikut ini adalah hambatan-hambatan dalam komunikasi hambatan fisik, hambatan fisik, hambatan psikologis, dan hambatan sematik. Dalam melakukan proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, tentu saja terdapat hambatan-hambatan yang terjadi hambatan tersebut merupakan hal yang wajar apabila kita melakukan komunikasi untuk berkomunikasi dengan orang lain, hambatan yang terjadi saat kegiatan sosialisasi misalnya seorang anak jalanan akan melakukan kegiatan sosialisasi di jalan raya maka dalam proses komunikasi antara dinas dan anak jalanan yang terjadi adalah hambatan lingkungan karena kebisingan kendaraan yang disebabkan oleh knalpot kendaraan. Kurang nya komunikasi yang

efektif sehingga dapat terjadinya suatu hambatan dalam komunikasi. Bagaimana cara meminimalisir sebuah hambatan pada setiap kegiatan sosialisasi. Hal ini tergantung dari setiap dinas menyikapinya. Adapun gambaran alur pemikiran peneliti berikut dibawah ini:

GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber: Aplikasi Peneliti, 2015

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pemikiran, sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis. Berikut ini adalah penjelasan gambar diatas bahwa pada dasarnya Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Sosial melakukan komunikasi dengan anak jalanan untuk mendapatkan informasi dan atau menyampaikan informasi atau pesan-pesan kepada anak jalanan melalui sebuah sosialisasi yang dilakukan. Namun proses tersebut tidak selalu berjalan dengan lancar, tidak semua informasi atau pesan yang disampaikan itu benar-benar dimengerti, sehingga tidak memperoleh kesamaan makna atau komunikasi tidak berjalan efektif karena diakibatkan adanya hambatan yang terjadi hambatan komunikasi. Munculnya harapan proses sosialisasi berjalan dengan baik saat kegiatan sosialisasi diantara mereka akan menjadi masukan baik guna lebih memperbaiki lagi komunikasi diantara Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Sosial dengan anak jalanan dan juga sebaliknya.