BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain sebagi berikut:

(Ahmad Hidayat, 2010) Strategi Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Barat Melalui Kontributor Daerah Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi TVRI Jawa Barat melalui kontributor daerah dalam memnuhi kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung, ditinjau dari perencanaan, keputusan kondisional, kepemimpinan, pengorganisasian, dan pengendalian. Jenis penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan teknik analisis deskriptif, data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ada dua orang yang terdiri dari Kepala Bidang Pemberitaan dan Kepala Seksi Produksi Berita TVRI Jawa Barat, sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. penelitian ini menggunakan teknik deskriftif, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik populasi tertentu atau bidang tertetntu secara faktual. Hasil penelitian ini menunjukan bagaimana strategi TVRI Jawa Barat melalui kontributor daerah dalam memenuhi kebutuhan informasi

masyarakat Kota Bandung, peranan kontributor daerah sangat besar sekali sebagai pencari berita di daerah dalam terpenuhinya informasi masyarakat Kota Bandung mengenai berbagai peristiwa yang terjadi didaerah-daerah. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukan bahwa strategi yang dijalankan oleh TVRI Jawa Barat terbukti efektif dalam terpenuhinya kebutuhan berita masyrakat Kota Bandung dengan dapat terliput peristiwa yang terjadi didaerah. Dengan pendekatan sistem manajemen yang dilakukan TVRI Jawa Barat membuat kinerja yang dilakukan bisa berjalan sesuai dengan rencana yang telah di tetapkan. Peneliti menyarankan agar TVRI Jawa Barat menambah kontributor daerah, karena pada saat ini hanya ada 6 orang yang berada di daerah Bogor, Cianjur, Jalur Pantura, Kab Bandung, Karawang, dan Priangan. Sedangkan daerah Jawa Barat yang sangat luas dengan daerah yang dianggap bisa berpotensi terjadi peristiwa masih banyak yang belum terliput sehingga informasinya tidak bisa tersampaikan kepada masyarakat.

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yakni dari kata *Communicatio*. Istilah yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama.dan dalam bahasa Inggris adalah *Communication*. Istilah *Communis* disebut sebagai asal kata komunikasi yang juga merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyatakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. Bila kita berbicara mengenai komunikasi tidak ada definisi yang benar ataupun salah,

seperti juga model atau teori, definisi haruslah dapat dilihat dari pemanfaatannya untuk dapat menjelaskan suatu fenomena yang akan didefinisikan beberapa definisi komunikasi.

Menurut Carl. I. Hovland seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendi mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

> *"The Process by wich an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbol) to modify the behavior of other individuals (communicates)."* (Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya berupa lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). (Effendy, 2002;49)

Berbeda dengan yang dikemukakan oleh Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori, dan filsafat komunikasi menjelaskan bahwa:

> *"In the main, communicator has as its central imterest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver (S) with conscious intent to affect the latte's behavior."* (Pada intinya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat semi sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan untuk mempengaruhi perilakunya). (Effendy,2002;89).

Raymond S. Ross seperti yang dikutip oleh Jalalludin Rakhmat yang mendefinisikan komunikasi sebagai berikut ;

> *"A transaction all process involving cognitive sorting, selecting, sharing of symbol in a such way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source"*. (Proses transaksional yang meliputi pemisahan dan pemilihan bersama lambang secara kognitif begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber). (Rakhmat,2003:3).

Collin Cherry juga mempunyai definisi yang berbeda tentang seperti yang dikutip oleh Jalalludin Rakhmat mendefinisikan komunikasi yaitu "Usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda memiliki bersama serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan". (Rakhmat,2003;7-8).

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan Pesan (Message), Orang yang menyampaikan pesan disebut Komunikator, sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut Komunikan. Untuk lebih tegasnya komunikasi berarti proses penyampaian oleh komunikaor kepada komunikan.

Hakekat dari komunikasi adalah suatu proses pernyataan antar manusia dimana yang dinyatakan itu adalah suatu pikiran atau perasaan sesorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Berdasarkan definisi dari para pakar di atas dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seorang komunikator menyampaikan stimulinya atau perangsang yang biasanya berupa lambang bahasa kepada komunikan dan bukan hanya sekedar memberitahu sesuatu tetapi juga berusaha untuk mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu atau merubah perilakunya.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi dalam teori dan praktek menyatakan fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*) yaitu 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 educate*) yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertaint*) yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain
4. Mempengaruhi (*to influence*) yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy,1997;36)

Bila dilihat dari fungsi komunikasi yang telah dikemukakan di atas bahwa komunikasi tidak dapat dilepaskan dan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari terutama dalam lingkungan kehidupan bermasyarakat

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak akan pernah terlepas dari sebuah proses oleh karena itu tersampaikan atau tidaknya suatu pesan tergantung pada proses komunikasi yang

terjadi seperti yang dikemukakan oleh Rusody Ruslan dalam bukunya, Mananjemen Humas dan Manajemen komunikasi (konsepsi dan aplikasi) bahwa :

> "Proses komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada komunikan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*Feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak (Ruslan,1999;69)

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

   yaitu poses 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 lain sebagainya. Yang secara langsung dapat menterjemahkan pikiran atau perasaan dari komunikator kepada komunikan media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalah komunikasi adalah bahasa. Hal ini jelas karena hanya bahasalah yang mampu menterjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain (apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini baik mengenai hal-hal yang abstrak maupun konkret dan bukan hanya tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan pada waktu yang lalu dan yang akan datang).

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain yang menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah pemakaian lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media

kedua dalam melancarkan komunikasi bila komunikan yang menjadi sasarannya berada ditempat yang relatif jauh dengan jumlahnya yang relatif banyak serta tersebar. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam suatu proses komunikasi.

Menurut Kariyoso dalam proses komunikasi terdapat empat komponen yaitu :

1. Ada pesan yang harus disampaikan
2. Ada pemberi pesan (komunikator)
3. Ada penerima pesan (komunikan)
4. Ada umpan balik atau feed back. (Kariyoso,1994;14)

2.1.2.4 Faktor-Faktor Penunjang Komunikasi Efektif

Wilbur schramm menampilkan yang ia sebut *"condition of succes in communication"*, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suaatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki, kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama anatara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.

3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperooleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyaranaka suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berda pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

2.1.2.5 Peran Komunikasi

Dalam kehidupan manusia, komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting, karena komunikasi merupakan wahana utama dalam kegiatan kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah alat hidup bagi kepentingan manusia, karena manusia merupakan mahluk yang tidak dapat hidup sendiri, tetapi ia senantiasa memerlukan dan membutuhkan bantuan orang lain.

Manusia yang satu dengan yang lainnya selalu mengadakan hubungan dan kerjasama untuk saling memnuhi kebutuhan masing-masing. Komunikasi selalu hadir dalam bidang kehidupan manusia, kareana merupakan faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan hubungan antar manusia, melalui komunikasi manusia dapat mengadakan tukar menukar pengaetahuan dan pengembangan kerja sama (Rakhmat 1997:54)

Menurut hovland yang dikutif oleh effendy (1992) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

> Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan) atau dalam bahasa asingnya"The process by wich and

> indinidual" (The communicator) transmit stimuli the behavior of other individual (communicates) (Hovland dalam effendy, 1992:2).

Pada definisi diatas, nampak jelas dinyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (yang lambang-lambang dalam kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain, sehingga oranga lain akan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, apabila komunikasi dilakukan secara komunikatif.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

R. Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai:

> "Pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan–hubungan hierarki antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan". (Pace dan Faules, 2002 : 31)

Selain pengertian diatas, pengertian yang dikutip dari buku Drs. Onong Ucjana Effendy yang berjudul ilmu komunikasi teori dan praktek yakni Istilah "organisasi dalam bahasa Indonesia atau *organization* dalam bahasa inggris bersumber pada perkataan latin *organization* yang berasal dari kata kerja bahasa latin pula, *organizure,* yang berarti *to farm as or into a whole consisting of interdependent or coordinated parts* (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dari bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi). Jadi, secara harfiah organisasi itu berarti

paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Diantara para ahli ada yang menyebut paduan itu system, ada juga menamakannya sarana, dan lain-lain.

Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers dalam bukunya *communication in organization,* menyebut paduan itu system. Secara lengkap organisasi didefinisikan sebagai :

> *"a stable system of individuals who work together to archive, through a hierarchy of ranks and division of labour, common goals."* (suatu system yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suati jenjang kepangkatan dan pembagian tugas). (effendi, 2006 :114)

Organisasi dianggap sebagai sarana (*means*) adalah S. Bernard Roseblatt, Robert Bonnington, dan Berverd E. Needles,jr. dalam bukunya yang ditulis bersama, berjudul *Modern Business : A Sytem Approach*. Para pengarang itu mendefinisikan organisasi sebagai berikut :

> *"Organization is the means by which management coordinates material and human resources through the design of a formal structure of tasks and authority."* (Organisasi adalah sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang) (Effendy, 2006 : 115)

DR. Sondang P. Siagian mengemukakan bahwa organisasi adalah Setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan, dalam ikatan mana terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut bawahan.

Redding dan Sanborn yang dikutip dari buku Abdullah Masmuh yang berjudul Komunikasi organisasi dalam perspekti teori dan praktek bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang komplek.

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi.

2.1.4 Tinjauan Mengenai Strategi

Penting dan betapa berat implikasi peranan seorang komunikator media massa. Karena itu harus berpikir secara konsepsional dan bertindak secara sistemik dan sistematis. Fokus perhatian ini memang penting untuk ditujukan pada strategi komunikasi karena bila berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif ditetukan oleh strategi komunikasi. Dilain pihak tanpa strategi komunikasi suatu media yang semakin tumbuh modern yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudah diopresionalkan, bukan tidak mungkin akan menimbulan dampak negatif.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planing*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis dan harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Pendekatan sistem manajemen dalam menjalankan strategi organisasi/perusahaan sering dipergunakan demi tecapainya tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi/perusahaan, karena sistem sering dipergunakan untuk mencari akar atau pangkal persoalan yang berkaitan dengan pengolahan organisasi/perusahaan. Sehingga secara umum sistem serign dianalogikan sebagai suatu metode ataupun cara petunjuk untuk menghubungkan satu dengan yang lain dalam satu kumpulan atau himpunan objek. Dengan kata lain, sistem merupakan totalitas himpunan dari bagian-bagian yang satu sama lain berinteraksi dan bersama-sama beroperasi mencapai tujuan tertentu dalam suatu lingkungan-organisasi.

Sedangkan manajemen menurut T. H. Nelson dan Prof. Oey Liang Gie berpendapat bahwa manajemen adalah perpaduan ilmu dan seni, manajemen dinyatakan sebagai ilmu karena merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang sistematis dan telah diterima sebagai kebenaran-kebenaran yang universal. Dengan ilmu manajemen, pengelolaan perusahaan mampu mengenali dan mempelajari masalah-masalah dengan baik dan dengan seni manajemen, pengelola mempu

menentukan sikap dan mengambil keputusan serta memecahkan masalah secara cepat dan tepat (Soedarsosno:2009:13).

Stephen P. Robbins (2003:5) dan James A.F. Stoner (1989:8) meringkasnya empat fungsi manajemen yaitu:

1. Perencanaan, yaitu menenntukan tujuan organisasi, menetapkan strategi keseluruhan untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan hirarki rencana yang menyeluruh untuk memadukan dan mengkoordinasikan kegiatan tersebut.
2. Pengorganisasian, yaitu menetapkan tugas yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakan, bagaiman tugas-tugas itu dikelompokan, siapa melapor kepada siapa, dan dimana keputusan itu harus diambil.
3. Kepemimpinan, yang mencakup hal motivasi bawahan, mengarahkan orang lain, menyeleksi saluran komunikasi yang paling efektif, dan memecahkan konflik.
4. Pengendalian, yaitu memantau kegiatan-kegiatan untuk memastikan kegiatan itu dicapai sesuai dengan yang direncanakan dan mengoreksi setiap penyimpangan.

Penjelasan tersebut menunjukan bahwa peran masing-masing anggota organisasi/perusahaan yang terkordinasi melalui penjabaran fungsi-fungsi manajemen. Fungsi tersebut diaplikasikan ke dalam kegiatan organisasi yang saling berhubungan satu sama lain, sebagai proses yang sistematis, dengan menggunakan

semua sumber daya organisasi/perusahaan, seperti keuangan, peralatan, informasi, dan orang-orang yang terlibat di dalam strategi yang akan di jalankan.

2.1.5 Tinjauan Tentang Jurnal Internal

2.1.5.1 Sejarah Jurnal Internal

Membicarakan mengenai sejarah Jurnal internal maka akan kembali ke 150 tahun yang lampau, jurnal internal (*house jurnal*) sudah ada dan merupakan salah satu bentuk alat paling tua guna melaksanakan fungsi-fungsi Publik Relations yang sudah dibuat sistemnya. Dalam bukunya yang berjudul American Notes, terbit di London pada tahun 1842, Charles Dickens mengisahkan telah terbitnya Lowell Offering yang berisikan informasi-informasi internal dari sebuah perusahaan pemintalan di New England yang sering disunting sendiri oleh seorang wanita yang bekerja di situ.

Ketika I.M. Singer mulai menjajakan mesin-mesin jahit buatannya I Amerika Serikat pada tahun 1855, ia menerbitkan Gazette untuk mengajarkan cara pemakaian mesin itu kepada para konsumennya. Lever bersaudara (pelopor dalam pembuatan sabun dari lemak hewan yang di impor dari Amerika ke Liverpool serta terkenal sebagai tokoh yang mendirikan taman Port Sunlight bagi para pegawainya), Sejak seratus tahun yang lalu juga telah tercetak sebuah jurnal internal; yang khusus ditujukan bagi karyawannya. Dalam waktu yang kurang lebih bersamaan, Manchester Cooperative Society juga telah menerbitkan salah satu jurnal internal yang pertama di dunia. (Jefkins, 1992; 4)

2.1.5.2 Pengertian Jurnal Internal

Secara luas Jurnal diartikan sebagai bahan cetakan yang diterbitkan secara teratur. Sedangkan Internal berarti Publik dalam. Jadi jurnal internal adalah bahan cetakan yang diterbitkan secara teratur yang diperuntukkan bagi publik dalam.(Jefkins, 1992;128)

2.1.5.3 Jenis – Jenis Jurnal Internal

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya Hubungan masyarakat mengemukakan jenis-jenis yang kongkrit dari jurnal internal sangat bervariasi, antara lain:

a. Majalah : jurnal internal yang memiliki format majalah biasanya berukuran A4 (297X110 mm). Isinya kebanyakan adalah tulisan feature dan ilustrasi. Jurnal ini bisa dicetak biasa saja (*Letterpress*) atau bisa juga melalui teknik yang lebih canggih seperti teknik lithografi dan fotografir.
b. Koran : meskipun mirip dengan tabloid, tapi isinya biasanya terdiri dari berita yang disisipi dengan tulisan feature dan ilustrasi. Proses pencetakannya biasanya lebih canggih, yakni secara offset-litho. Sedangkan di Inggris kebanyakan memakai proses web-offset-litho
c. Buletin : Berbentuk kumpulan yang berupa lembaran yang dijilid atau dilipat yang berisi *feature*, foto, Ilustrasi dan pernyataan-pernyataan resmi dari suatu lembaga atau instansi. Mempunyai ukuran kertas A4 dicetak melalui proses cetak biasa (*letterpress*) atau yang lebih canggih yakni menggunakan teknik lithografir.

d. Newsletter : ukuran kertas biasanya A4. Sebagian besar isinya adalah tulisan-tulisan singkat dengan atau tanpa gambar. Percetakannya bisa letterpress (cetak biasa) atau lithografi dan bisa juga hanya dengan mesin fotografir.
e. Majalah Dinding : bentuknya seperti poster kecil yang di tempelkan pada dinding. Ini merupakan suatu medium yang biasanya digunakan untuk keperluan internal maupun eksternal.

Majalah dinding seringkali terlihat pada stasiun stasiun bawah tanah di London yang bisasnya memuat berita tentang jalur dan jasa yang di sediakan oleh perusahaan kereta api. Majalah-majalah serupa yang sering digunakan diberbagai stasiun kereta api di Inggris. (Jefkins, 1992;128)

2.1.6 Tinjauan Tentang majalah

2.1.6.1 Sejarah Majalah

Mulai-mulai majalah diterbitkan pada tahun 1731, di London, dianggap majalah memberikan manfaat kepada masyarakat umum. Edward Cave, yang telah menyunting Majalah The budiman Magazine, di bawah nama samaran bernama "*Sylvanus Urban*", karena nama samaran itu terlalu panjang maka diberikan lah dengan nama "majalah", yang aslinya berasal dari bahasa arab yaitu makhazin Arab yang berarti "gudang". Majalah yang tertua yang masih dalam media cetak yaitu Majalah Scot, yang pertama diterbitkan pada tahun 1739, meskipun berbagai perubahan dalam kepemilikan dalam publikasi selama lebih dari 90 tahun.

2.1.6.2 Definisi Majalah

Majalah adalah suatu penerbitan yang berkala atau berulang-ulang, apakah dwi-migguan, bulanan, dwi-bulanan, dwi-tahunan dan sebagainya, yang berisi bermacam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca. Penerbitan akademis yang menulis artikel yang padat dengan ilmu disebut publikasi ilmiah atau jurnal.

Biasanya, majalah dicetak berwarna dan menggunakan kertas yang lebih bermutu. Majalah biasanya tersedia di toko-toko buku, kios majalah, mall, supermarket, pasar mini, toko dan sebagainya. Majalah ini diterbitkan secara online di internet. Bahkan beberapa majalah memiliki kedua versi cetak dan internet sekaligus. Ada juga majalah yang hanya memiliki baik dalam versi cetak saja atau versi internet saja. [1]

2.1.7 Tinjauan Majalah Internal

Menurut Kustadi Suhandang dalam bukunya *Public Relation* Perusahaan menyatakan Majalah Internal atau yang sering disebut *Internal house magazine* diterbitkan untuk keperluan publik intern perusahaan. Majalah tersebut ditujukan bagi para karyawan dan keluarganya, para pemegang saham, dan lain-lainnya yang termasuk publik intern dari perusahaan.

[1] http://id.shvoong.com/humanities/linguistics/2225767-pengertian-majalah/ 28-februari-22:03

Walaupun hanya untuk keperluan intern, kadang-kadang perusahaan-perusahaan besar menerbitkannya dalam bentuk yang mewah dan bagus. Tetapi tidak sedikit pula mereka yang menerbitkannya dalam bentuk sederhana saja, terutama perusahaan-perusahaan kecil. Bagi majalah intern, perlu diusahakan agar benar-benar dapat memikat perhatian tanpa terlalu banyak menonjolkan soal-soal sosial yang ada di luar perusahaan. Dalam hal ini ini hendaknya ditekankan pada hal-hal yang sifatnya hiburan, penerangan, bimbingan, pendidikan, dan lain-lain. (Suhandang, 2004; 226-227)

2.1.8 Tinjauan Tentang Informasi

Onong Uchjana Effendy dalam Kamus Komunikasi, menjelaskan informasi (keterangan, penerangan) adalah :

1. Suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang barudiketahui
2. Data yang telah diolah untuk disampaikan kepada seseorang; sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan disertai penjelasan, baik secara langsung, maupun melalui mdia komunikasi. khalayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa
4. Segala infornasi yang harus diketahui oleh publik merupakan suatu masukan untuk menghilangkan keragu-raguan dalam menjalani hidupnya, dengan

adanya informasi yang aktual akan mempercepat publik dalam mengambil keputusan dalam hidupnya

5. Data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau mendatang, informasi harus mempunyai arti pada komunikan dan nilai nyata dalam kehidupan masyarakat. Proses pengolahan data yang baik ditunjang pula dengan penyampaian dan proses komunikasi yang benar dan tepat kepada masyarakat. (Effendy, 1989; 177-178)

Menurut Shannon dan Weaver seperti yang dikutip oleh Wahyudi mengemukakan bahwa Informasi sebagai objek materi Ilmu Komunikasi mempunyai makna sebagai berikut :

> *"Patterned matter energy that the probabilities of alternative available an individual making decision."* (Informasi adalah hal atau energi yang mempengaruhi dan memungkinkan seseorang membuat keputusan dari beberapa kemungkinan alternatif yang ada.) (Wahyudi, 1986).

Lain halnya dengan Liliweri dalam bukunya, Dasar-dasar Periklanan yang mengatakan bahwa : "Informasi merupakan kunci utama dalam pengambilan keputusan yang efektif." (liliweri,1994;31)

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa informasi adalah :

1. intisari dari suatu fungsi informasi yang mampu mempengaruhi, merubah sikap, opini dan menciptakan saling pengertian dan pemahaman diantara sesama individu yang terlibat dalam proses komunikasi.
2. Informasi merupakan suatu sumber pengetahuan bagi seseorang untuk mengetahui sesuatu hal yang terjadi di sekitarnya serta akan menjadi suatu sumber yang sangat penting dalam menentukan suatu pilihan dan pengambilan keputusan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Pada bagian kerangka teoritis peneliti akan menjelaskan secara teori mengenai strategi. Strategi komunikasi merupakan suatu proses yang berjalan secara terus-menerus dalam kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi menjadi sebuah alat untuk menentukan arah dari bentuk komunikasi yang dilakukan, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif tidak dapat dipungkiri banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga perlu memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang dilakukan adalah mengenal khalayak atau sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat ditangani, juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang bersumber dari komunikator lain.

Setelah mengenal khalayak dan situasinya maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan, menetapkan metode atau cara penyampaian pesan, dan baru memikirkan penggunaan media yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas definisi strategi yang peneliti gunakan untuk menentukan sub fokus adalah definisi strategi menurut Jalaludin Rahmat yaitu :

“Strategi adalah suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktifitas termasuk dialamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan.”(Rahmat,2001,201).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi dibutuhkan untuk mengatur suatu kegiatan berdasarkan arah yang telah ditentukan agar dapat mencapai sasaran atau tujuan dengan cara yang baik dan benar.

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin dalam bukunya "Strategi Komunikasi", mengemukakan bahwa :

> "Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran" (Arifin 1984:56).

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi, yaitu :

1. Mengenal Khalayak, dengan mengenal khalayak, diharapkan komunikasi dapat berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan, setelah khlayak dan situasinya jelas diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

3. Menetapkan Metode, di dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek: (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk

pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode Redudancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.
b. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap-sikap dan motif khalayak.
c. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta-fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.
d. Metode koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.

4. Seleksi dan Penggunaan Media, penggunaan media merupakan alat penyalur ide dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media secara selektif artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak, secara tekhnik dan metode yang diterapkan.

5. Tahap Evaluasi, perencanaan strategi komunikasi merupakan bagian dari manajemen secara umum manajemen harus memahami organisasi yang diinginkan sebelum mulai melangkah ke arah tersebut secara umum.

Sejalan dengan pemikiran yang diiungkapkan oleh dari Onong Uchyana Effendy yang menyatakan bahwa :

> "Strategi adalah perpaduan antara perencanan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Unutk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi" (effendy, 2003:301)

Secara luas Jurnal diartikan sebagai bahan cetakan yang diterbitkan secara teratur. Sedangkan Internal berarti Publik dalam. Jadi jurnal internal adalah bahan cetakan yang diterbitkan secara teratur yang diperuntukkan bagi publik dalam.(Jefkins, 1992;128). Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan antara dua orang atau lebih dengan cara yang efektif, sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti.

Informasi adalah hal atau energi yang mempengaruhi dan memungkinkan seseorang membuat keputusan dari beberapa kemungkinan alternatif yang ada. (Wahyudi, 1986). Begitupun dengan Majalah Bintaro merupakan strategi dari Kicau agar para penghuni dapat terpenuhi dalam kebutuhan informasi. Dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efesien dalam mencapai tujuan didirikannya.

Adapun definisi singkat dari sub fokus dalam penelitian ini ialah tujuan merupakan suatu hasil yang kan diperoleh diakhir sebuah kegiatan, sedangkan kegiatan adalah perbuatan atau tindakan yang telah dipikirkan sebelumnya untuk dilakukan, pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara jelasnya pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lainnya. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin.

Secara umum, jenis pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Sedangkan, pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul.

Pesan juga dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu pesan yang memiliki sifat perintah yang biasa diberikan oleh atasan kepada bawahan atau disebut pesan instruktif, pesan koersif yang memiliki sifat memaksa dengan adanya sanksi bagi pelanggar aturan, dan terakhir pesan persuasif yang bersifat mempengaruhi.

Terakhir media adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media sendiri ada dua jenis yang pertama adalah media cetak yang terdiri dari koran, majalah, spanduk, pamflet,dll. Media elektronik yang terdiri dari radio, internet, dan televisi. Masing-masing media memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing yang juga dapat menjadi karakteristik khusus dari media tersebut.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.(Effendi, 2003:32)

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada kerangka teoritis bahwa untuk menimbulkan strategi Kicau melalui majalah Bintaro dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi penghuni perumahan Puri Bintaro.

Oleh sebab itu peneliti ingin fokus kepada lima unsur yaitu :

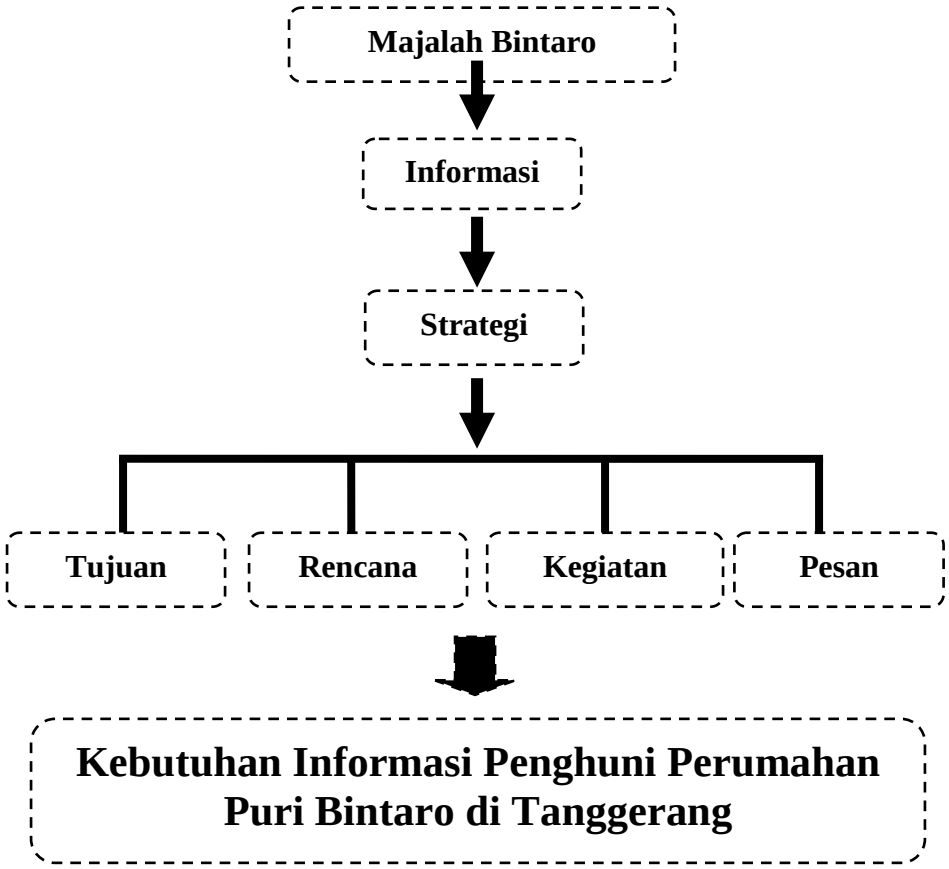
a. Tujuan adalah tujuan yang dampaknya akan memenuhi kebutuhan informasi bagi penghuni, tujuan terbitnya sebuah majalah internal. Memberikan informasi yang lengkap dan cepat tentang berita warga, bisnis properti, produk rumah, kuliner, hiburan. Dan dalam mencapai tujuan tersebut, harus memperhatikan faktor penghambat dan cara untuk mengatasi hambatan tersebut.
b. Rencana, perencanaan yang baik harus bersifat rasional, lentur (*flexible*), dan berkelanjutan (Sukarno, 1968:60). Rencana yang luwes, dimanapun, kapan pun, dan dalam situasi serta kondisi bagaimana pun akan selalu cocok, sesuai, dan dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi yang ditemui.
c. Kegiatan adalah sebuah kegiatan yang sebelumnya sudah terencana, agar kegiatan tersebut lebih baik lagi.
d. Pesan adalah isi atau informasi yang akan disampaikan melalui proses komunikasi. Isi pesan diharapkan agar selalu menyajikan artikel-artikel atau informasi yang aktual, menarik, faktual, dan berguna.
e. Strategi adalah dalam strategi semua aspek yang terkandung di dalamnya harus diperhatikan dengan baik, agar suatu tujuan dari strategi tersebut dapat tercapai dengan baik pula.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui strategi komunikasi melalui adanya Majalah Bintaro, perlu melihat tujuan lalu menyusun rencana dalam pelaksanaan majalah tersebut dengan penyampaian pesan informasi berkaitan dengan penghuni dan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang diharapkan.

Untuk lebih dapat di mengerti mengenai pemikiran dari masalah ini maka peniliti menyajikan Alur pemikiran sebagai berikut.

Alur pemikiran merupakan ringkasan pemikiran dari peneliti atau pemikiran dari penelitian ini secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan mengenai masalah yang peneliti teliti, yaitu bagaimana Strategi Komunikasi Kicau Melalui Majalah Bintaro Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Penghuni Perumahan Puri Bintaro di Tanggerang, berikut bagan dari alur pemikiran tersebut.

Gambar 2.1
Bagan Alur Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti, 2012

Berdasarkan Alur Pemikiran diatas peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pemikiran, sehingga terbentuk rancangan yang tepat diteliti dan di analisis. Berikut merupakan penjelasan bagan diatas.

Pemenuhan kebutuhan informasi adalah landasan dari penelitian ini, kemudian peneliti meneliti Majalah Bintaro yang merupakan salah satu media dalam penyebaran informasi yang sekarang ini disebarkan kepada para penghuni perumahan, informasi yang dibutuhkan oleh Penghuni merupakan alasan utama penelitian ini muncul. Informasi yang dihadirkan atau disajikan oleh Majalah Bintaro ini sangat bermacam-macam tak hanya informasi atau berita tentang lingkungan sekitar tetapi juga informasi yang bersifat umum.

Dengan penyebaran informasi yang diberikan melalui Majalah Bintaro tentunya menjadi suatu Strategi bagi sebuah lembaga, sehingga aspek-aspek seperti tujuan, rencana, kegiatan, dan pesan menjadi komponen dimana kebutuhan informasi bagi para penghuni akan terpenuhi. Memang tidak semua individu dapat terpenuhi akan informasi yang ia butuhkan, namun Majalah Bintaro membantu bagi penghuni dalam perolehan informasi yang dibutuhkan.