BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Informasi

Informasi adalah ibarat darah yang mengalir di dalam tubuh suatu organisasi, sehingga informasi itu sangat penting di dalam suatu organisasi. Suatu system yang kurang mendapatkan informasi akan menjadi tidak berguna dikarenakan adanya ketidakkonkritan antara data yang ada.

2.1.1 Pengertian Informasi

"Informasi" adalah sebuah istilah yang tidak tepat dalam pemakaiannya secara umum. Informasi dapat mengenai data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah saluran komunikasi, dan sebagainya. Tetapi ada beberapa gagasan yang mendasari pemakaian istilah "Informasi" dalam system informasi: Informasi memperkaya penyajian, mempunyai nilai kejutan, atau mengungkapkan sesuatu yang penerimanya tidak tahu atau tidak tersangka. Jadi "Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya" (4,8). Sumber dari informasi adalah data. Data merupakan bentuk jamak dari bentuk tunggal. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata.

2.1.2 Fungsi Informasi

Kegunaan informasi adalah untuk mengurangi hal ketidakpastian didalam proses pengambilan keputusan tentang suatu keadaan. Karena dari

informasi inilah bisa menghasilkan sebuah pengambilan keputusan yang tepat sesuai dengan yang diharapkan oleh berbagai pihak.

2.1.3 Kualitas Informasi

Kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu: Informasi yang akurat *(accurate)*, Tepat pada waktunya (*timeliness*), Relevan (*relevance)* (4,10). Ketiga pilar tersebut mempunyai arti yaitu:



1. **Akurat,** berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.
2. **Tepat pada waktunya**, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat, karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan. Bila pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi.
3. **Relevan,** berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya.

2.2 Ilmu Komunikasi

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya "bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya" (1,1). Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat tidak

terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm:1982). Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya adalah teori dasar biologi yang menyebutkan adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya (1 ,2).

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Comunication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti *Sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama maknanya* (3,9). Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Say What In Which Channel To Whom With What Effect? (3,10)

Paradigma Lasswell ini menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni;

a. Komunikator (communicator, source, sender)
b. Pesan (Message)
c. Media (channel, media)
d. Komunikan (communicant, communicate, receiver, reciepient)
e. Efek (effect, impact, influence)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (3,10). Lasswell menghendaki agar komunikasi dijadikan obyek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan *Control Analysis*; penelitian mengenai pers, radio, televisi, film dan media lainnya disebut *Media Analysis*; penyelidikan mengenai pesan dinamakan *Content Analysis*; audience analysis adalah studi khusus tentang komunikan; sedangkan *Effect Analysis* merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi. Demikian kelengkapan unsur komunikasi menurut Harold Lasswell yang mutlak harus ada dalam setiap prosesnya.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut (3, 8);

a. Menginformasikan (*to inform*)
b. Mendidik (*to educate*)
c. Menghibur (*to entertain*)
d. Mempengaruhi *(to influence*)

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut (3,8);

a. Mengubah sikap *(to change the attitude*)
b. Mengubah opini / pendapat / pandangan (*to change the opinion*)
c. Mengubah masyarakat *(to change the society*).