BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu

A. Pola Komunikasi Dalam Komunitas Sepeda Fixie South Beach Queen Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Dalam Komunitas Sepeda Fixie Bandung)

Penyusun :

Denny Ruchiyat

NIM. 41806810

Penelitian ini untuk mengetahui Pola Komunikasi Dalam Komunitas Sepeda Fixie "*South Beach Queen*" Bandung. Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk mengetahui arus pesan, hubungan, dan pola komunikasi dalam komunitas Sepeda Fixie "*South Beach Queen*"Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah informan 4 orang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi kepustakaan, penelusuran data online, dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang dilakukan, melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa arus pesan komunikasi organisasi berjalan dengan baik, saling menghargai, saling membantu, dan saling berkerja sama. Hubungan yang dialami oleh Komunitas "*South Beach Queen*" Bandung sangat baik, sangat dekat, hubungan terjalin bersinergi, harmonis, saling menolong satu sama lainnya. Hubungan dalam komunitas "*south beach queen*" adanya kedekatan antar sesama anggota dan antara kelompok-kelompok lain. Pola komunikasi yang terjadi sesuai dengan peranan-peranan dan tugas masing-masing anggota.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu seluruh anggota "*South Beach Queen"* saling berkomunikasi melalui arus pesan komunikasi organisasi yang ada. Saran yang dapat peneliti berikan, sebaiknya Komunitas "*South Beach Queen*" Bandung lebih meningkatkan lagi interaksi dengan masyarakat dengan kegiatan bakti sosial.

B. Komunikasi Organisasi Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Wilayah Bandung Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Organisasi Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Wilayah Bandung Dalam Membangun Solidaritas Anggotanya

Penyusun :

Yuni Rizani

NIM. 41807120

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Wilayah

Bandung Dalam Membangun Solidaritas Anggotanya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui arus pesan komunikasi organisasi, peranan jaringan kerja komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, dan solidaritas pada organisasi komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik yang peneliti gunakan adalah *purvosif sampling*, lalu diperoleh informan kunci berjumlah 4 (empat) orang dan informan tambahan berjumlah 2 (dua) orang. Pencarian data diperoleh dari observasi ke lapangan, wawancara, studi pustaka, dan pencarian di internet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa arus pesan terjalin saling bergantung dan saling mempengaruhi antara satu jabatan dengan jabatan yang lain, hal ini membentuk pola komuniasi organisasi yang dapat terlihat dari peranan jaringan kerja komunikasi organisasi KNC (Kawasaki Ninja Club) Bandung. Dengan adanya perbedaan jabatan pada masing-masing pengurus dan anggota, tidak menjadikan salah satunya menjadi terpisah, semua saling berkaitan dan saling berhubungan satu sama lain, sehingga dalam diri masing-masing anggota dapat merasa satu, satu 'sakit' semua 'sakit', sehingga terbentuklah suatu solidaritas anggota pada organisasi komunitas motor KNC (Kawasaki Ninja Club) Bandung

Kesimpulan Penelitian ini menjelaskan bahwa pada komunitas motor KNC (Kawasaki Ninja Club) Bandung, terjalin arus pesan komunikasi dari masing-masing individu yang ditentukan oleh jabatan-

jabatan yang ada dan terbentuk sebuah peranan jaringan kerja komunikasi organisasi yang pada akhirnya membentuk pola Rasi bintang yang mana antara individu yang satu dengan yang lain saling berhubungan, dari hal ini terbentuklah sebuah solidaritas pada anggota-anggotanya.

C. Pola Komunikasi Organisasi Komunitas The Panas Dalam (Studi Deskriptif Pola Komunikasi Organisasi Komunitas The Panas Dalam Melalui Program Trembesi Dalam Membangun Solidaritas Anggotanya)

Penyusun :

Septian Nugraha

NIM. 41807134

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pola komunikasi organisasi komunitas The Panas Dalam melalui program TREMBESI dalam membangun solidaritas anggotanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui arus pesan, hambatan dan peranan dalam pola komunikasi organisasi komunitas The Panas Dalam melalui program TREMBESI dalam membangun solidaritas anggotanya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, peneliti menggunakan teknik *purvosive sampling* dan diperoleh informan berjumlah 3 (tiga) orang dan 2 (dua) orang *key informan*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi pustaka, observasi, dan *internet searching*. Adapun teknik analisis data yang dilakukan, melalui

beberapa tahap yaitu reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa arus pesan komunikasi organisasi yang di lakukan oleh komunitas The Panas Dalam di dalam kegiatan TREMBESI sudah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan dalam pola komunikasi organisai dalam kegiatan TREMBESI lebih kepada penggunaan bahasa dam persepsi selektif dari peserta yang sebelumnya sudah mengenal komunitas The Panasdalam sebagai komunitas yang main-main. Peranan dalam pola komunikasi organisasi di dalam kegiatan TREMBESI dijalankan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing, baik itu yang berperan sebagai *opinion leader, gatekeeper, bridge, cosmopolities, liaison,* dan *isolate.* Kesimpulan dari penelitian ini adalah, seluruh anggota The Panadalam melalui program TREMBESI berkomunikasi dengan arus pesan dan disesuaikan dengan kondisi organisasi yang ada.

Hambatan di dalam pola komunikasi organisasi pada saat kegiatan TREMBESI bisa diantisipasi oleh komunitas The Panas Dalam. Peranan dalam pola komunikasi organisasi dapat dijalankan dengan baik.

Tabel 2.1

Tabel Tinjauan Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Peneliti
1.	Pola Komunikasi Dalam Komunitas Sepeda Fixie South Beach Queen Bandung	Denny Ruchiyat	Deskriptif	2012	Arus pesan komunikasi organisasi berjalan dengan baik, saling menghargai, saling membantu, dan saling berkerja sama. Hubungan yang dialami oleh Komunitas "*South Beach Queen*" Bandung sangat baik ,sangat dekat ,hubungan terjalin bersinergi ,harmonis ,saling menolong satu sama lainnya. Hubungan dalam komunitas "*south beach queen*" adanya kedekatan antar sesama anggota dan antara kelompok-kelompok lain. Pola komunikasi yang terjadi sesuai dengan peranan-peranan dan tugas masing-masing anggota.	Perbedaan dengan peneliti ialah, dimana dalam penelitian terdahulu disini, lebih menekankan pada hubungan dalam suatu komunitas, tidak menekankan pada hambatan yang terjadi di dalam suatu komunitas, peneliti di sini menekankan meneliti hambatan yang terjadi di komunitas yang diteliti, karena peniliti berpikir dalam setiap kegiatan yang membentuk pola komunikasi pasti terdapat unsur hubungan, maka peneliti tidak berhenti hanya pada meneliti hubungan, yakni lebih lanjut pada hambatan yang di alami komunitas Objek penelitiannya pun berbeda, karena komunitas yang berbeda, serta komunitas penelitian

						terdahulu lebih mengacu pada komunikasi kelompok, sedangkan peneliti komunikasi organisasi
2.	Komunikasi Organisasi Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club)	Yuni Rizani	Deskriptif	2012	Arus pesan terjalin saling bergantung dan saling mempengaruhi antara satu jabatan dengan jabatan yang lain, hal ini membentuk pola komuniasi organisasi yang dapat terlihat dari peranan jaringan kerja komunikasi organisasi KNC (Kawasaki Ninja Club) Bandung. Dengan adanya perbedaan jabatan pada masing-masing pengurus dan anggota, tidak menjadikan salah satunya menjadi terpisah, semua saling berkaitan dan saling berhubungan satu sama lain, sehingga dalam diri masing-masing anggota dapat merasa satu, satu 'sakit' semua 'sakit', sehingga terbentuklah suatu solidaritas anggota pada organisasi komunitas motor	Perbedaan dengan peneliti ialah, dimana objek penelitian terdahulu lebih mengacu pada membangun solidaritas anggota karena komunitas tersebut adalah komunitas yang membutuhkan hubungan solidaritas untuk tetap menjaga eksistensi, sedangkan peneliti menitik beratkan pada pola komuniasi yang terdapat pada komunitas yang diteliti. Tema komunitas pun meskipun berlatarbelakang sama-sama hobi, yakni antara hobi motor dengan hobi berputualang dalam mengungkap mitos sejarah, berbeda secara garis besar, jadi inti permasalahan yang diteliti pun berbeda.

					KNC (Kawasaki Ninja Club) Bandung	
3.	Pola Komunikasi Organisasi Komunitas The Panas Dalam	Septian Nugraha	Deskriptif	2012	Arus pesan komunikasi organisasi yang di lakukan oleh komunitas The Panas Dalam di dalam kegiatan TREMBESI sudah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan dalam pola komunikasi organisai dalam kegiatan TREMBESI lebih kepada penggunaan bahasa dan persepsi selektif dari peserta yang sebelumnya sudah mengenal komunitas The Panasdalam sebagai komunitas yang main-main. Peranan dalam pola komunikasi organisasi di dalam kegiatan TREMBESI dijalankan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing.	Perbedaan dengan peneliti ialah terdapat pada objek penelitian masing-masing, yang dimana setiap komunitas yang berbeda tentunya memiliki ketentuan aturan dan kegiatan komunikasi yang berbeda pula, dengan cara masing-masing, baik itu tema komunitas masing-masing, yang pasti berdampak pada hasil penelitian yang akan di teliti oleh peneliti.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Semua mahluk di bumi ini termasuk manusia melakukan komunikasi, apalagi posisi manusia yang telah kita ketahui bersama sebagai mahluk sosial tentu membutuhkan sebuah interaksi, yang dimana interaksi tersebut tidak dapat seseorang lakukan tanpa adanya komunikasi.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris (*communication*) yang berhulu dari kata Latin (*communicatio*), dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.

Dalam komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi berlangsung apabila adanya kesamaan makna. (Effendy, 2009 : 9) sesuai dengan definisi tersebut pada dasarnya seseorang melakukan komunikasi adalah untuk mencapai kesamaan makna antara manusia yang terlibat dalam komunikasi yang terjadi, dimana kesepahaman yang ada dalam benak komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan) mengenai pesan yang disampaikan haruslah sama agar apa yang komunikator maksud juga dapat dipahami dengan baik oleh komunikan sehingga komunikasi berjalan baik dan efektif, seperti yang dikemukakan oleh Raymond S. Rossm mendefinisikan "Komunikasi (*intensional*) sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator" (Mulyana, 2007:69).

Beberapa pakar juga meyakini bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk mengubah seseorang, baik itu tingkah laku, kepercayaan, maupun

persepsi, seperti yang diungkapkan oleh Gerald R. Miller, yakni "Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima" (Mulyana, 2007:61), lalu kemudian definisi dari 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, 2007:69).

Definisi dari Carl I.Hovland, "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain" (Mulyana, 2007:69). Namun ada juga pakar komunikasi yang mempunyai pandangan bahwa komunikasi adalah alat yang digunakan oleh masing-masing pihak untuk sekedar bertukar jalan pikiran saja tanpa bermaksud untuk melakukan perubahan apapun seperti yang diungkapkan oleh John B. Hoben bahwa "Komunikasi itu adalah pertukaran fikiran atau gagasan" (Mulyana, 2007:62).

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karna dengan berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar. Oleh karena itu sebagai makhluk sosial manusia ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa

yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dari definisi di atas menjelaskan bahwa, komunikasi merupakan proses penyampaian simbol-simbol baik *verbal* maupun *nonverbal.* Maka dari itu komunikasi terbagi menjadi 2 bagian yaitu komunikasi *verbal* dan komunikasi *nonverbal*, komunikasi *verbal* adalah komunikasi yang terjadi secara langsung dengan lisan atau tulisan. Didalam kegiatan komunikasi, kita menempatkan kata *verbal* untuk menunjukan pesan yang di kirimkan atau yang diterima dalam bentuk kata – kata baik lisan maupun tulisan. Kata *verbal* sendiri berasal dari bahasa latin, *verbalis verbum* yang sering pula dimaksudkan dengan berarti atau bermakna melalui kata atau yang berkaitan dengan kata yang digunakan untuk menerangkan fakta, ide atau tindakan yang lebih sering berbentuk percakapan daripada tulisan. (Liliweri,2002:135).

2.1.2.1 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan (*level*), dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

   Komunikasi intra pribadi 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 intra pribadi 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 antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara *verbal* ataupun *non verbal*. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau *respons non verbal* mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antar pribadi 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)

2.1.2.2 Unsur Komunikasi

Menurut Effendy dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yang diambil dari definisi Lasswell yang terdiri dari :

1. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
4. Komunikan : Orang yang menerima pesan.
5. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Berdasarkan dari unsur-unsur tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dalam artian komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan. 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 *non verbal* yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara *non verbal*, 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 *non verbal* 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)

2.1.2.3 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*" menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat adapun beberapa sifat komunikasi tersebut:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)

   Lisan (*Oral*)

   Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)

   Gerakan atau isyarat badaniah (*Gestural*)

   Gambar (*Pictorial*). (Effendy, 2009 : 7)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa mengunakan media apapun, komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara *verbal* dan *non verbal*. *Verbal* di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara *non verbal* dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan berbagai tujuannya. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "*Ilmu*

Komunikasi, Teori dan Praktek", Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

1. Proses Komunikasi Primer

Sebagaimana yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy :

> "Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan." (Effendy, 2009: 11).

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka." (Effendy, 2009: 11).

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat pesan setala Effendy mengatakan bahwa, "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh oleh komunikan." (Effendy, 2009:13).

Kemudian Wilbur Schramm menambahkan, sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, "Bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi." (Effendy, 2009:13). Pernyataan ini mengandung pengertian, jika bidang pengalaman

komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa "Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama." (Effendy, 2009:16).

Proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Maka, dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Menurut Effendy pada proses komunikasi secara sekunder, media yang dipergunakan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Media Massa (Mass Media), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relative amat banyak. Seperti seperti surat kabar, radio, televisi, film.
2. Media Non Massa, yakni tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.Seperti telepon,surat,telegram,spanduk, papan pengumuman. (Effendy, 2009:18).

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*sosial change*). (Effendy, 2009: 8)

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis dengan fokus penelitian adalah Studi Deskriptif Komunikasi Organisasi dalam Komunitas Wisata Mistis Forum Supranatural Kaskus Bandung. Pola komunikasi menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa :

> Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Djamarah dalam Nurohman, 2004 : 10)

Sedangkan Menurut *R.Wayne Face & Don F. Faules* (2005) yang dikutip oleh Deddy Mulyana "Analisis eksperimental pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Peranan individu dapat ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini pula ditentukan oleh pola komunikasi individu dengan arus pesan dalam jaringan informasi. Ada enam pola komunikasi, yaitu :

1. *Opinion Leader* adalah pimpinan informal dalam organisasi.
2. *Gatekeepers* adalah individu yang mengontrol arus informasi diantara anggota organisasi.
3. *Cosmopolites* adalah individu yang menghubungkan antara organisasi dengan lingkungannya.
4. *Bridge* adalah anggota kelompok dalam organisasi yang menghubungkan kelompok satu dengan kelompok lainnya.
5. *Liaison* hampir sama peranannya dengan *bridge* tetapi individu itu bukanlah anggota dari satu kelompok yang menghubungkan dengan kelompok lainnya.
6. *Isolate* adalah anggota organisasi yang di asingkan oleh anggota lain tapi dia mempunyai kontak dengan anggota orang lain dalam organisasi. (Muhammad, 2009 : 103)

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang membentuk jaringan dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan orang dalam organisasi. Bentuk struktur dan pola itu pun juga akan berbeda-beda. (Muhammad, 2009 : 102)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendapat Weick dan Taylor mengenai Teori jaringan :

> Teori jaringan melihat pola-pola komunikasi akan berkembangan seiring waktu dalam sebuah organisasi. Salah satu cara untuk melihat susunan organisasi adalah dengan menguji pola-pola interaksi ini untuk melihat siapa yang berkomunikasi dengan siapa. Karena tidak ada seorang pun yang berkomunikasi sama dengan semua anggota organisasi. Sehingga dapat melihat kelompok-kelompok hubungan komunikasi yang saling terhubung untuk membentuk keseluruhan jaringan. Jaringan (*networks*) merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antar Individu dan Kelompok. (Littlejohn,2009:370-371)

Jaringan atau *network* didefinisikan sebagai *social structures created by communication among individuals and groups* (struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi diantara sejumlah individu dan kelompok). ketika orang berkomunikasi dengan orang lain, maka terciptalah hubungan (*link*) yang merupakan garis-garis komunikasi dalam organisasi. Sebagian dari hubungan itu merupakan jaringan formal (*formal network*) yang dibentuk oleh dibentuk oleh aturan-aturan organisasi, seperti struktur organisasi sebagaimana dikemukakan Weber sebelumnya. Namun, jaringan formal pada dasarnya mencakup hanya sebagian dari struktur yang terdapat pada organisasi. Selain jaringan formal, terdapat pula jaringan informal (*emergent network*) yang merupakan saluran komunikasi nonformal yang terbentuk melalui kontak atau interaksi yang terjadi di antara anggota organisasi setiap harinya.

Gagasan struktural dasar dari teori jaringan adalah keterkaitan (*connectedness*) – gagasan bahwa ada pola komunikasi yang cukup stabil antar individu. Individu- individu yang saling berkomunikasi saling terhubung ke dalam kelompok – kelompok yang selanjutnya saling terhubung ke dalam keseluruhan jaringan. Setiap orang memiliki susunan hubungan yang khusus dengan orang lain dalam organisasi. Hal ini disebut jaringan pribadi (*personal network*). Jaringan pribadi adalah hubungan yang dimiliki dari komunikasi yang dijalin dengan orang lain dalam organisasi.

Sebuah organisasi tidak pernah terdiri atas jaringan tunggal, tetapi dibentuk oleh banyak jaringan yang saling menimpa. Walaupun sebagian jaringan bersifat multifungsi, atau majemuk (*multiplex*), jaringan dapat lebih berkonsentrasi pada salah satu fungsi daripada fungsi yang lain. Sebuah jaringan dapat dibentuk oleh sejumlah kualitas. Salah satunya adalah ukuran (*size*), atau jumlah orang yang besar.

Karena manusia cenderung lebih sering berkomunikasi dengan anggota-anggota lain dari organsasi, terbentuklah jaringan kelompok (*group network*). Organisasi biasanya terdiri atas kelompok-kelompok yang lebih kecil yang saling terhubung dalam kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (*organizational network*).

Terdapat cukup banyak pemikiran yang membahas cara-cara jaringan berfungsi dalam organisasi, misalnya jaringan dapat mengontrol aliran informasi, manyatukan orang-orang dengan kepentingan yang sama, membangun interpretasi yang sama, mendorong pengaruh sosial, memungkinkan terjadinya tukar menukar sumber daya.

Teori jaringan memberikan gambaran mengenai organisasi, atau lebih tepatnya memberikan berbagai gambaran yang masing-masing berupaya menjelaskan salah satu aspek fungsi organisasi. Teori jaringan membantu orang melihat suatu sistem yang tengah bekerja. Karl Weick memberikan suatu pandangan mikro, dimana interaksi menciptakan kejelasan dan menentukan sistem bagi anggotanya. James Taylor menunjukkan bagaimana koorientasi terbentuk untuk menciptakan

kesepakatan organisasi. Pada saat yang sama, interaksi akan mengatur dirinya kedalam garis-garis komunikasi dan juga pengaruh yang menyebar pada organisasi sebagaimana yang dikemukakan teori jaringan. (Littlejohn,2009:370-374)

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Menurut R Wayne Pace & Don F Faules, ada dua perspektif utama yang akan mempengaruhi bagaimana komunikasi organisasi didefinisikan, yaitu : (1) perspektif objektif dan (2) perspektif subjektif.

Perspektif objektif menekankan definisi komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Fokusnya adalah penanganan pesan, yakni menerima, menafsirkan, dan bertindak berdasarkan informasi dalam suatu peristiwa komunikasi organisasi. Komunikasi dipandang sebagai alat untuk merekayasa atau mengkonstruksi organisasi yang memungkinkan individu (anggota organisasi) beradaptasi dengan lingkungan organisasi.

Perspektif subjektif mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan makna atas interaksi diantara unit-unit organisasi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Fokusnya adalah bagaimana individu anggota organisasi bertransaksi dan kemudian memberi makna terhadap peristiwa komunikasi yang terjadi. Dalam arti

lain, bagaimana anggota organisasi berperilaku akan bergantung kepada makna informasi itu bagi mereka.

Maka dari uraian di atas Pace & Feules mengambil kesimpulan bahwa, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai penunjukan dan penafsiran suatu pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu (R. Wayne Pace and Don F Faules,2005:32).

Hubungan antara ilmu komunikasi dengan organisasi adalah pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan suatu organisasi. Ilmu komunikasi mempertanyakan serta turut menjelaskan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya, dari berbagai pertanyaan tersebut akan muncul jawaban yang lama-kelamaan akan menjadi sesuatu yang akan melekat dan menjadi ciri khas dari penggunaan suatu komunikasi.

2.2.2.2 Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Conrad (dalam, Wayne dan Faules. 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 yang memperbolehkan anggota-anggota untuk menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja 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 teknik 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 faktor 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 sistem 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. (Sendjaja, 2007:4.8 – 4.10)

2.2.2.3 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 antar pribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media nirmassa). 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 bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi *vertikal*, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dll kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dsb. 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 antar bagian. 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 dianggap 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 sedemikian rupa 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. (Effendy, 2009 : 122 - 128)

2.2.2.4 Kajian Pola Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang membentuk jaringan dinamakan pola komunikasi. Suatu pola komunikasi berbeda dalam besar dan strukturnya misalnya mungkin hanya diantara dua orang, tiga atau lebih dan mungkin juga diantara keseluruhan orang

dalam organisasi. Bentuk struktur dan pola itu pun juga akan berbeda-beda. (Muhammad, 2009 : 102)

Menurut *R.Wayne Face & Don F. Faules* (2005) editor Deddy Mulyana "Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Sedangkan definisi pola komunikasi menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.(Dalam nurohman,Djamarah, 2004:1).

Pola komunikasi dalam sebuah organisasi dapat tergambarkan melalui jaringan komunikasi. Dengan berkomunikasi, maka dalam sebuah jaringan organisasi dapat terlihat pola komunikasi yang berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penyampaian pesan dalam organisasi keseluruh bagian organisasi tersebut sangat diperlukan sebuah arus komunikasi yang menggambarkan bagaimana masing-masng jabatan berkomunikasi.

Pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Pengertian pola disini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Peranan individu dalam organisasi di tentukan oleh hubungan antara satu individu

dengan individu lainnya. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dan jaringan komunikasi. Ada 6 pola komunikasi Organisasi :

1. *Opinion leader*, mereka ini tidaklah selalu orang-orang yang mempunyai otoritas formal dalam suatu organisasi, seperti senioritas atau orang yang dituakan atau orang yang mempunyai pengaruh tertentu bagi anggota organisasi.
2. *Gatekeepers*, mereka berada ditengah suatu jaringan dan menyampaikan pesan yang telah disaring sebelumnya. Dalam hal ini *gatekeepers* mempunyai kekuasaan dalam memutuskan apakah suatu informasi itu penting atau tidak.
3. *Cosmopolites*, mereka berfungsi mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan luar organisasi serta memberikan informasi tersebut kepada orang-orang tertentu pada lingkungan dalam organisasi.
4. *Bridge*, individu ini berfungsi saling memberi informasi diantara kelompok-kelompok. Misalnya, komunitas wisata mistis Bandung memberi suatu informasi kepada komunitas wisata mistis Jambi, Mataram dll, jadi antar kelompok tersebut saling memberi informasi.
5. *Liaison*, senada dengan *bridge*, individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan diantara kelompok-kelompok dalam organisasi, tetapi bukan termasuk anggota dari salah satu anggota tersebut.

6. *Isolate*, orang-orang ini menyembunyikan diri dalam organisasi atau diasingkan oleh anggota lainnya. Orang tersebut bisa karena pernah memiliki masalah atau konflik dengan anggota lain, sehingga dia mengasingkan diri. Tetapi *Isolate* ini masih dianggap sebagai anggota hanya saja orang tersebut sudah tidak aktif dalam organisasi.

2.2.2.5 Kajian Tentang Arus Pesan dalam Komunikasi Organisasi

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

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 merupakan komunikasi ke bawah.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal 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. Dalam komunikasi organisasi terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunikasi organisasi, antara lain ialah :

1. Arus komunikasi vertikal yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*).

   Downward communication yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya.

Upward communication yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

a. Penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan.
b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan.
c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan.
d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

2. Arus komunikasi horizontal, yaitu arus komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah:
    a. Memperbaiki koordinasi tugas
    b. Upaya pemecahan masalah
    c. Saling berbagi informasi
    d. Upaya pemecahan konflik
    e. Membina hubungan melalui kegiatan bersama
3. Komunikasi diagonal merupakan komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak

menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi, misalnya seorang anggota komunitas wisata mistis Bandung mengeluhkan tentang masalah rapat mingguan kepada kepala komunitas wisata mistis Jambi atau Mataram.

2.2.2.6 Kajian Tentang Hubungan Dalam Organisasi.

Salah satu ciri dari komunikasi organisasi yang paling nyata adalah hubungan. *Goldbaher* (1979) mendefinisikan organisasi sebagai"sebuah jaringan hubungan yang saling bergantungan.(*R.Wayne Pace & Don Faules*, 2005:201)

Bila sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu sama lainnya. Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan sehingga tercipta jalinan komunikasi. Terdapat hubungan dalam komunikasi organisasi yaitu :

1. Hubungan antarpersonal
2. Hubungan posisional
3. Hubungan atasan-bawahan
4. Hubungan berurutan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan dalam organisasi memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan organisasi. Sikap tanggap atas kebutuhan-kebutuhan pribadi dan organisasi dan kesediaan untuk berbagi informasi semua ini merupakan prasyarat untuk komunikasi ke atas dan kebawah yang efektif .

2.2.2.6.1 Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Sering kali dijumpai dalam suatu organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi. Robbins meringkas beberapa hambatan komunikasi sebagai berikut :

a. Penyaringan (*Filtering*)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim pesan sehingga tampak lebih bersifat menyenangkan si penerima pesan. Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah dan salah.

b. Persepsi Selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana si penerima pesan didalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri

pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain, dalam hal cara menafsirkan pesan-pesan tadi, maka pengalaman, pendidikan, pengetahuan, dan budaya akan ikut menentukan. Oleh karenanya persepsi yang demikian ini dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.

c. Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang disaat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika dia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

d. Pemaknaan Bahasa

Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang, atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata. (Robbins dalam Masmuh, 2010 : 80-82).

2.2.2.7 Kajian Tentang Komunitas

Istilah kata Arti Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Arti Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari

beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Menurut Vanina Delobelle, definisi suatu komunitas adalah group beberapa orang yang berbagi minat yang sama, terbentuk oleh 4 faktor, yaitu:

1. Komunikasi dan keinginan berbagi (*sharing*): Para anggota saling menolong satu sama lain.
2. Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu
3. Ritual dan kebiasaan: Orang-orang datang secara teratur dan periodik
4. *Influencer*: merintis sesuatu hal dan para anggota selanjutnya ikut terlibat

Vanina juga menjelaskan bahwa komunitas mempunyai beberapa aturan sendiri, yaitu:[1]

1. Saling berbagi (*Share*): Mereka saling menolong dan berbagi satu sama lain dalam komunitas.
2. Komunikasi : Mereka saling respon dan komunikasi satu sama lain.
3. Kejujuran : Dilarang keras berbohong. Sekali seseorang berbohong, maka akan segera ditinggalkan.
4. *Transparans*: Saling bicara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan sesuatu hal.

[1] http://syienaainie.blogspot.com/2010/11/komunitas.html Tanggal 9 April 2013 pukul 21.03 WIB

5. Partisipasi: Semua anggota harus disana dan berpartisipasi pada acara bersama komunitas.

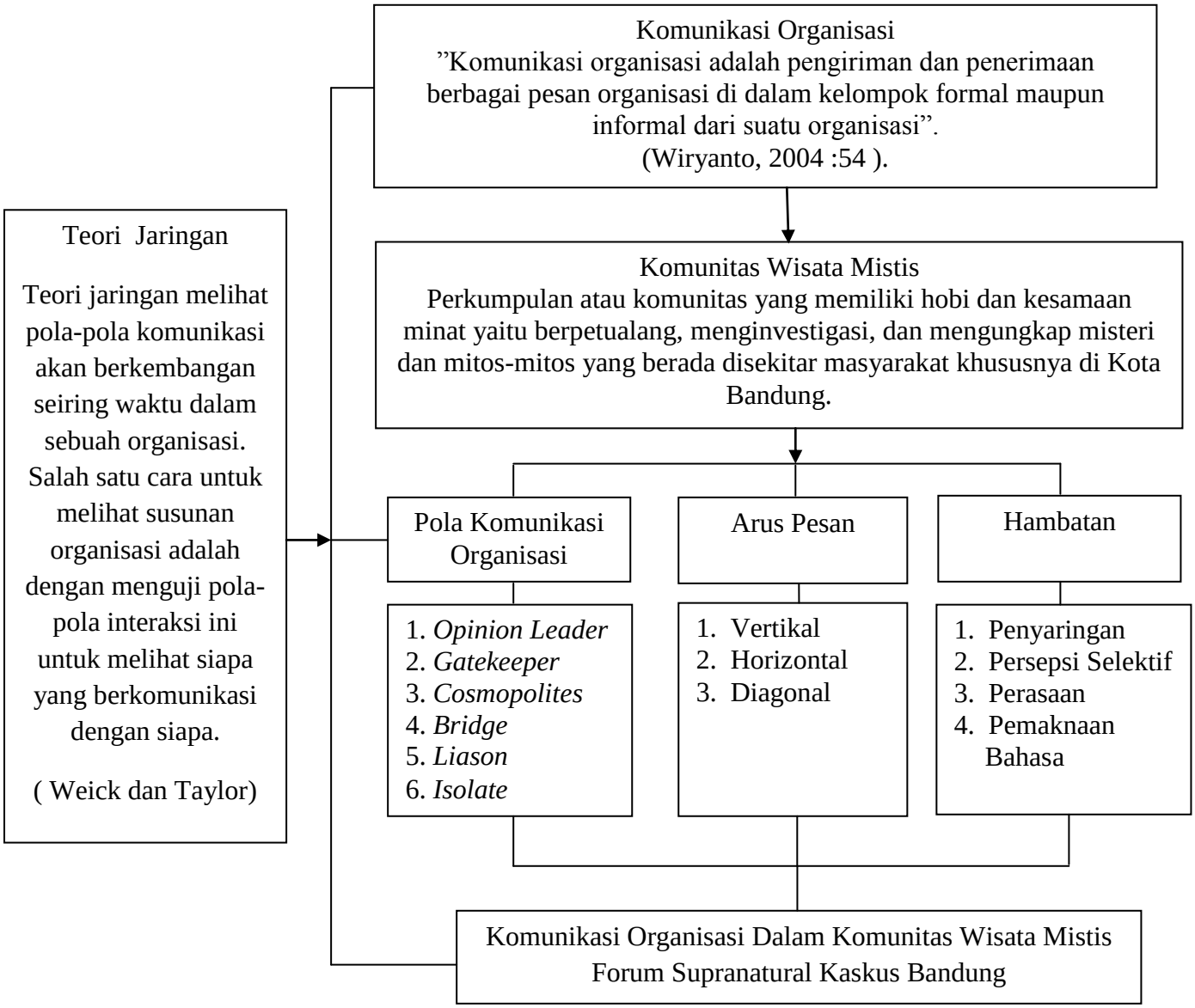
Soenarno (2002), Definisi Arti Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), Arti Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.[2]

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin communitas yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari communis yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak"

[2]http://djepok.blogspot.com/2011/09/arti-komunitas.html Tanggal 9 April 2013 pukul 21.10 WIB

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : (*Data Peneliti ; April 2013)*