BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan pustaka

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana sebuah organisasi dikaji dalam ilmu komunikasi agar dapat menjelaskan beberapa persoalan yang diteliti dalam komunikasi organisasi. hal ini bertujuan untuk mendapatkan kerangka pemikiran yang jelas dalam hal akademis. Penelitian ini mengkaji tentang pola komunikasi dalam organisasi. Untuk itu, berikut adalah tinjauan pustaka yang dilakukan penulis agar dapat menjelaskan dan menggambarkan penelitian ini yang dilihat dari penelitian-penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan tinjauan pustaka, penulis awali dengan mempelajari penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan apa yang penulis teliti. Maka dari itu penulis mendapat rujukan dan pelengkap dari apa yang penulis teliti.

Untuk melengkapi data penelitian ini, penulis melakukan kajian pustaka. Studi pustaka ini dilakukan penulis dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan tema dari penelitian ini yaitu "Pola Komunikasi di Federasi Panjat Tebing Indonesia (FPTI) Pengurus Cabang Pandeglang", seperti

dokumentasi, mempelajari situasi di dalam organisasi yang di teliti, mempelajari beberapa dokumentasi pada organisai yang diteliti, dan menelusuri beberapa informasi yang berkaitan dengan tema yang penulis teliti. Hal ini bertujuan untuk mendukung dan memperkuat kajian dari penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang dianggap berkaitan dengan tema yang penulis teliti adalah :

Tabel 2.1.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penulisan	Nama Penulis	Metode yang digunakan	Hasil Penulisan	Perbedaan dengan peneliti
1.	**Pola Komunikasi pada Komunitas black Scooter Dalam Mempertahankan Solidaritasnya.**	**Markus, Universitas Komputer Indonesia, 2012**	**Kualitatif**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang ada pada komunitas Black Scooter di kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Pola Komunikasi. Black Scooter merupakan komunitas otomotif dimana semua anggota komunitas tersebut memakai motor vespa dengan keseragaman warna yaitu	Perbedaan dengan penelitian yang penulis teliti adalah Markus meneliti sebuah komunitas otomotif dengan keseragaman kendaraan yaitu kendaraan jenis *scooter* berlabel "Vespa" dan berwarna hitam dimana Vespa berwarna hitam tersebut merupakan salah satu unsur dari rasa kebersamaan. Sedangkan penelitian penulis menjadikan

				hitam. Komunitas Black Scooter Bandung memiliki pemikiran Kita adalah manusia berakal yang mampu berlogika serta berpikir lebih kreatif dari seekor semut. Seorang manusia pemimpin seyogianya tidak hanya mengandalkan kemampuan berpikirnya saja, tetapi juga mampu menemukan "rasa bersama" "rasa" sepenanggungan, "rasa" saling memiliki, "rasa" empati dan sejuta "rasa" lainnya sehingga semua anggota yang dipimpinnya secara	Federasi Panjat tebing Indonesia (FPTI) sebagai objek penelitian. Eksistensi olah raga panjat tebing di kota Pandeglang merupakan hasil kerja organisasi FPTI Pengurus Cabang Pandeglang, solidaritas yang tinggi dapat membuat hasil kerja menjadi menjadi lebih maksimal.

				sukarela tergerak untuk melakukan kegiatan secara bersama	
2.	**Pola Komunikasi Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals) di kota Bandung**	**Marianan, Universitas Komputer Indonesia 2011**	**Kualitatif**	Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals) adalah satu organisasi yang awal muasalnya adalah Komunitas Iwan Fals Fans Club (IFFC). Nama "Oi" bukan merupakan singkatan ataupun kepanjangan sebuah makna, melainkan hanya sebuah seruan atau ajakan untuk berkumpul, "Oi….". Berdiri nya Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals) ini dilatar belakangi karena	Perbedaan penelitian yang ditulis oleh peneliti dengan skripsi yang dibuat oleh marianan adalah ruang lingkup dan objekk. Skripsi dari Marianan meneliti tentang organisasi yang didalamnya terdapat fans atau penggemar dari seorang musisi yaitu Iwan Fals atau bisa disebut juga dengan "Oi", sedangkan penelitian yang peneliti teliti adalah organisasi

				terlalu banyaknya penggemar Iwan Fals, serta atas rasa keprihatinan para penggemar Iwan Fals terhadap Konser Iwan Fals yang tidak diberikan izin karena di anggap selalu membuat keributan. Maka dari itu, pihak manajemen Iwan Fals mengundang 300 orang perwakilan dari beberapa daerah untuk membentuk Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals). Kemudian pada tanggal 16 - 17 Agustus 1999 terbentuklah Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals). Setelah	yang bergerak dalam bidang olahraga panjat tebing.

				terbentuknya Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals), seluruh pengemar Iwan Fals menjadi lebih terorganisir, sehingga tidak ada lagi pencekalan terhadap konser yang dilakukan oleh Iwan Fals. (Hadiyanto, 2008 : 67).	

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "communication"),secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin communicatus, dan perkataan ini bersumber pada kata communis Dalam kata communis ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward(1998:16) mengenai komunikasi manusia yaitu *Human communication is the process through which individuals –in relationships, group, organizations and societies—respond to and create messages to adapt to the environment and one another.* Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy(1994:10) bahwa 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 untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut*: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect.*

2.1.3 Unsur Komunikasi

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/ channel/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?).

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (encode) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.4 Fungsi Komunikasi

William I. Gorden (dalam Deddy Mulyana, 2005:5-30) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu :

1. Sebagai komunikasi sosial

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

Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Anda mencintai diri anda bila anda telah dicintai; anda berpikir anda cerdas bila orang-orang sekitar anda menganggap anda cerdas; anda merasa tampan atau cantik bila orang-orang sekitar anda juga mengatakan demikian. George Herbert Mead (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengistilahkan significant others (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Ketika kita

masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. Richard Dewey dan W.J. Humber (1966) menamai affective others, untuk orang lain yang dengan mereka kita mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat apa yang disebut dengan reference group (kelompok rujukan) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan melihat ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya. Kalau anda memilih kelompok rujukan anda Ikatan Dokter Indonesia, anda menjadikan norma-norma dalam Ikatan ini sebagai ukuran perilaku anda. Anda juga meras diri sebagai bagian dari kelompok ini, lengkap dengan sifat-sifat doketer menurut persepsi anda.

Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering

berbicara panjang lebarm mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memnuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Abraham Moslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebuthan yang lebih tinggi diupayakan. Kita mungkin sudah mampu kebuthan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Kini kita ingin memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan ketiga dan keempat khususnya meliputi keinginan untuk memperoleh rasa lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi dan menerima persahabatan. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang

dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

2. Sebagai komunikasi ekspresi

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekpresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demontrasi.

3. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebaga rites of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang

bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa. Negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunika membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagi instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material,

ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (impression management), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakankan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Misal pendapat Onong Effendy (1994), ia berpendapat fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Sedangkan Harold D Lasswell (dalam Nurudin, 2004 dan Effendy, 1994:27) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Penjajagan/pengawasan lingkungan (surveillance of the information) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya .
- Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

2.1.5 Bentuk Komunikasi

Para pakar ilmu komunikasi mengelompokan pembagian komunikasi dalam bentuk yang bermacam-macam. Sebagaimana telah dipaparkan Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar bahwasannya komunikasi dilihat dari peserta komunikasinya terbagi beberapa bagian yaitu :

1. **Komunikasi Intrapribadi *(Intrapersonal Communication)***

   Pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. **Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)***

   Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap

pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. **Komunikasi Kelompok**

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya kelurga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar 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).

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.6.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana.

Everet M.Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana

manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan 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. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

2.1.6.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

- **Fungsi informatif.** Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk

membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, di samping itu juga informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya.

- **Fungsi regulatif**. Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu: a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.Juga memberi perintah atau intruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. b. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.
- **Fungsi persuasif.** 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. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau

pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

- **Fungsi integratif.** Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu:
  a. **Saluran komunikasi formal** seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi.
  b. **Saluran komunikasi informal** seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

2.1.6.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada hakikatnya tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku Riant Nugroho (2004:72)[1]. Berikut adalah tujuan komunikasi menurut

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya "Komunikasi Organisasi" tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-

hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan

2.1.6.4 Macam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi atau disebut juga komunikasi manajemen meliputi dua bagian berdasarkan tempat di mana khalayak sasaran berada, yaitu Komunikasi Internal (Internal Communication) untuk khalayak anggota organisasi dan Komunikasi Eksternal *(External Communication*) untuk khalayak di luar anggota organisasi.

1. Komunikasi Internal

Komunikasi Internal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan para pegawai secara timbal balik. Komunikasi internal terbagi dalam tiga kegiatan :

a. Komunikasi Vertikal, yaitu komunikasi secara timal balik (*two way traffic communication*) dari atas (pimpinan/manajer) ke bawah (karyawan/pegawai) disebut *Upper Communication* / Downward Communication, dan komunikasi dari bawah (karyawan/pegawai) ke atas (pimpinan/manajer) disebut Down *Up Communication / Upward Communication.*

Dalam proses komunikasi *vertical* secara *Upper Communication / Downward Communication* tersebut pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, pengarahan, informasi, penjelasan, teguran, dan lain-lain pada bawahan.

Dalam proses komunikasi *vertical* secara Down *Up Communication / Upward Communication* tersebut bawahan memberikan laporan, gagasan, usul/saran kepada pimpinan.

Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut dalam organisasi sangat penting sekali. Pimpinan harus mengetahui laporan, tenggapan, gagasan, atau saran dari bawahan sebagai petunjuk efektif tidaknya dan effisien tidaknya kebijakan yang telah dilakukan. Oleh karena itu jika komunikasi hanya satu arah saja dari pimpinan ke bawahan maka proses manajemen dalam organisasi besar kemungkinan tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Komunikasi vertikal dapat dilakukan secara langsung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh pegawai, atau juga dapat dilakukan secara berjenjang melalui kepala biro, bagian, sub bagian, seksi, dan sub seksi.

Komunikasi vertikal yang timbal balik dua arah merupakan pencerminan dari kepemimpinan demokratis (*democratic leadership*) suatu jenis kepemimpinan yang sementera ini dianggap yang paling baik diantara kepemimpinan lainnya.

b. Komunikasi Horisontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi secara mendatar diantara pegawai dalam suatu unit atau antara anggota staf dengan anggota staf lainnya.

Kalau dalam komunikasi vertical lebih bersifat formal, maka dalam komunikasi horizontal seringkali berlangsung dalam suasana tidak formal. Sering tampak dilakukan dalam waktu istirahat, sedang dalam perjalanan pulang, atau waktu rekreasi. Yang dibicarakan lebih banyak hal-hal yang menyangkut pekerjaan atau tindakan pimpinan. Gravevenis mengenai kebijakan pimpinan sering muncul dalam disini, dan kadang tidak mempunyai dasar sama sekali. Maka dalam hal ini tugas seorang Public Relation Officer (Kepala Humas) untuk meluruskan, menetralisisr atau mengkanalisasi interpretasi yang salah untuk menempatkan pada proporsi sebenarnya.

c. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal atau komunikasi silang (cross communication) adalah komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lian berbeda dalam kedudukan dan unitnya.

Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Dilain hal komunikasi diagonal kadang terjadi menyimpang dari jalur prosedur birokrasi, missal seorang pegawai suatu unit mengeluhkan masalah pekerjaan kepada kepala unit lain. Hal ini termasuk dalam miscommunication

dan jika diketahui oleh pimpinan unitnya maka mungkin akan terjadi benturan psikologis.

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi Eksternal adalah komunikasi antara pimpinan atau pejabat lain yang mewakilinya (PRO / Kahumas) dengan khalayak atau publik di luar organisasi. Yang termasuk khalayak di luar organisasi meliputi : khalayak sekitar (community), instansi pemerintah (government), Pers, dan pelanggan (customer). Komunikasi eksternal terdiri dari dua jalur yang berlangsung secara timbal balik, yaitu Komunikasi dari organisasi ke khalayak, pada umumnya bersifat informatif yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak/publik merasa terlibat atau sedikitnya terjadi hubungan batin. Bagi suatu perusahaan komunikasi booking bersifat informative semata tetapi juga bersifat persuasif dalam bentuk penyiaran iklan komersial (commercial advertisement) Komunikasi dari khalayak ke oraganisasi, yaitu merupakan proses umpan balik (feedback) yang disebut sebagai public opinion (opini publik).

2.1.6.5 Hambatan Pada Komunikasi Organisasi

Dalam proses organisasi tidaklah selalu mulus, tentunya akan banyak terjadi hambatan-hambatan pada perjalanananya. Hambatan yang sering muncul adalah hambatan komunikasi, karena komunikasi adalah kunci utama dalam kesuksesan organisasi mengingat banyaknya orang yang terlibat didalammnya. Hambatan tersebut tentunya bukan menjadi suatu pengganjal dalam

organisasi karena semua hambatan pastinya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat. Berikut ini adalah macam-macam hambatan komunikasi dalam organisasi yaitu :

1. Hambatan dari Proses Komunikasi yaitu hambatan yang timbul dari ketidak jelasan informasi yang akan disampaikan.
2. Hambatan Fisik yaitu hambatan yang terjadi akibat ada gangguan cuaca, gangguan sinyal, dsb
3. Hambatan Semantik yaitu hambatan yang terjadi akibat pemahaman yang sedikit mengenai bahasa dan istilah-istilah asing yang digunakan dalam informasi atau pesan
4. Hambatan Psikologis yaitu hambatan yang berasal dari gangguan kondisi kejiwaaan dari si pengirim pesan atau penerima pesan sengingga mengakibatkan informasi tersebut mengalami perubahan
5. Hambatan Manusiawi yaitu hambatan yang terjadi akibat tingkat emosi manusia yang tidak menentu dalam menyikapi informasi atau pesan
6. Hambatan Organisasional yaitu tingkat hirarkhi, wewenang manajerial dan spesialisasi yaitu hambatan yang timbul akibat komunikasi dengan atasan atau bawahan mengalami kendala seperti tingkat pemahaman terhadap suatu informasi yang berbeda yang mengakibatkan sebuah hambatan.
7. Hambatan-hambatan Antar Pribadi yaitu hambatan yang timbul antar pribadi didalam sebuah organisasi, biasanya hambatan ini muncul karena adanya salah paham antar pribadi yang

menyangkut masalah tugas dan wewenang dari orang yang ada dalam organisasi

Dari berbagai hambatan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi itu tidak mudah dan memerlukan jalan yang sangat panjang untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam organisasi dan dalam aktivitas lainnya.Tetapi hambatan tersebut bukanlah menjadi satu-satunya penghambat dalam organisasi. Untuk memecahkan masalah hambatan tersebut diatas berikut ini diurakian cara mengatasi hambatan komunikasi :

1. Memerikan umpan balik atau *Feed Back* yaitu memberikan kesempatan pada seseorang untuk menyampaikan informasi dan gagasannya sehingga tercipta komunikasi 2 (dua) arah
2. Mengenai si penerima berita yaitu mengenali latar belakang , pendidikan serta kondisi penerima pesan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan mudah dimengerti oleh si penerima pesan.
3. Susunlah secara terperinci apa, dan kapan informasi tersebut harus disampaikan dan kepada siapa informasi tersebut akan disampaikan.

2.1.7 Tinjauan Tentang Komunitas

Arti 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".

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.

2.1.8 Tinjauan Tentang Solidaritas

Solidaritas dapat diartikan kesatuan kepentingan, simpati, dll, sebagai salah satu anggota dari kelas yang sama. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa solidaritas berasal dari kata *soldier* yang berarti perasaan bersatu. Dengan demikian, bila dikaitkan dengan kelompok sosial dapat disimpulkan bahwa Solidaritas adalah: rasa kebersamaan dalam suatu kelompok tertentu yang menyangkut tentang kesetiakawanan dalam mencapai tujuan dan keinginan yang sama.

2.1.9 Tinjauan tentang Hambatan Komunikasi

Komunikasi organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Sering kali di jumpai dalam suatu organisasi, terjadi salah pengertian antara anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahan. Wursanto

dalam bukunya yang berjudul "Etika Komunikasi Kantor" menulis bahwa hambatan komunikasi dapat dibedakan menjadi 6 macam yaitu :

a. Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan ini antara lain kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh organisasi, kondisi fisik yang tidak memunkinkan terjadinya komunikasi yang efektif, penguasaan teknis dan metode komunikasi yang tidak memadai.

b. Hambatan perilaku

Seperti pandangan yang sifatnya apriori, prasangka yang didasarkan pada emos, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, sifat yang egosentris.

c. Hambatan bahasa

Yang dimaksud bahasa disini adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampain berita, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik dan sebagainya. Penggunaan bahasa oleh seorang komunikator dengan tanpa menghiraukan kemampuan bawahan atau orang yang diajak berbicara akan menimbulkan salah pengertian (*miscommunication*).

Untuk menhindari adanya miscommunication yang disebabkan oleh adanya rintangan bahasa, maka hambatan bahasa ini dapat dihilangkan dengan usaha-usaha :

- Pergunakanlah kata-kata yang sederhana, mudah dimengerti oleh siapapun.
- Pergunakanlah tata bahasa yang benar

- Pergunakanlah kalimat yang pendek singkat dan jelas
- Ingat, dengan siapa kita mengadakan pembicaraan, sampai dimana tingkat kemampuan atau pendidikannya, sehingga dapat menyesuaikan diri sendiri.
- Pergunakanlah kode-kode, serta lambang-lambang, gerak-gerik yang dapat memperjelas apa yang kita bicarakan.

d. Hambatan struktur

Hambatan ini disebut juga dengan hambatan organisasi yaitu hambatan yang disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan *job* dan struktur organisasi. untuk menghidari hambatan struktur atau organisasi dapat dilakukan dengan cara:

- Pemimpin harus lebih bersifat terbuka, dalam arti pemimpin harus supel dan mudah bergaul dengan bawahan sehingga hubungan antara atasan dengan bawahan seperti hubungan ayah dengan anak.
- Harus ada keberanian pada diri sendiri. Dalam hal ini bawahan dalam berhubungan dengan atasan anggaplah seperti hubungan dengan teman sekerja.
- Hubungan jangan terlalu formal. Hubungan antara atasan dengan bawahan yang terlalu formal akan membuat suasana menjadi mati, kaku sehingga hubungan atau jarak antara atasan dengan bawahan menjadi sangat jauh.

e. Hambatan jarak

Hambatan ini juga disebut dengan hambatan geografis. Dari segi jarak atau geografis, komunikasi akan lebih mudah berlangsung apabila keduabelah pihak saling mengadakan interaksi itu berada di suatu tempat yang tidak berjauhan. Maka dari itu seorang pemimpin membutuhkan kecepatan dan ketepatan pengiriman informasi untuk melaksanakan dungsi-fungsi manajerialnya. Oleh karena itu, diperlukan peralatan atau sarana komunikasi, sesuai dengan perkembangan zaman.

f. Hambatan latar belakang

Setiap orang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang dapat menimbulkan suatu gap atau hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu latar belakang social dan latar belakang pendidikan.

2.1.10 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

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 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*, merupakan seseorang yang mempunyai peran pentig dalam memimpin sebuah 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, dalam FPTI jika ada suatu event (Kompetisi) mereka pasti memberikan informasi kepada pengurus cabang lainnya
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 Kerangka Pemikiran

Dari uraian teoritis diatas maka peneliti dapat menarik sebuah kerangka pemikiran. Dalam memahami pola komunikasi dalam organisasi untuk mempertahankan solidaritasnya. Penelitian ini juga didasari pada studi deskriptif tentang pola komunikasi FPTI Pengurus Cabang Pandeglang dalam mempertahankan solidaritasnya.

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, 2011 : 10)

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, 2001 : 103)

Untuk memahami pola komunikasi yang dalam FPTI Pengurus Cabang Pandeglang, Peneliti menggunakan pendapat dari *Peter R.Monge dan Noshir S.Contractor* mengenai Teori Jaringan yaitu

> Gagasan dasar dari teori jaringan adalah keterhubungan yaitu ide bahwa terdapat jalur komunikasi yang relatif stabil di antara individu-individu anggota organisasi. Para individu yang saling berkomunikasi satu sama lain akan terhubung bersama sama ke dalam kelompok-kelompok yang pada gilirannya kelompok itu akan saling berhubungan membentuk jaringan keseluruhan. (Morissan,2009:51).

Dari uraian diatas terdapat dua konsep yaitu arus pesan dan jaringan.

1. **Arus pesan**

Arus pesan adalah dimensi internal yang terdiri dari komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.

a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi Vertikal adalah komunikasi dari atas kebawah (*downward Communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*), adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal-balik (*two-way traffic communication*). Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk,

informasi-informasi, penjelasan-penjelasan, dan lain-lain kepada bawahannya. Sebaliknya, bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan.

Komunikasi dua arah secara timbal-balik tersebut dalam organisasi penting sekali karena jika hanya satu arah saja dari pimpinan kepada bawahan, roda organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Atasan perlu mengetahui laporan, tanggapa, atau saran para bawahan sehingga suatu keputusan atau kebijaksanaan dapat diambil dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi vertikal dapat dilakukan secara langsung antara atasan tertinggi dengan dengan seluruh bawahan, bergantung pada besarnya dan kompleksnya organisasi. Komunikasi vertikal yang lancar, terbuka dan saling mengisi merupakan pencerminan sikap kepemimpinan yang demokratis, yakni jenis kepemimpinan yang paling baik di antara jenis-jenis kepemimpinan lainnya.

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi secara mendatar, antara anggota staf dengan anggota staf, karyawan sesama karyawan dan sebagainya. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal.

Faktor kedua yang mempengaruhi hakekat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaiu: komunikasi

kepada bawahan, kounikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Faktor terakhir yang mempengaruhi jaringan komunikasi adalah proses serial dari pesan. Proses serial ini adalah suatu istilah komunikasi yang maksudnya selangkah demi selangkah atau dari orang kepada orang lain

2. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam suatu organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi atau pekerjaan tertentu baik dinyatakan seacar formal maupun tidak formal.

Dalam teori ini dapat melihat bagaimana suatu jaringan membentuk suatu pola komunikasi yang bisa mempertahankan Solidaritas suatu organisasi ataupun komunitas dimana Solidaritas Secara etimologi arti solidaritas adalah kesetiakawanan atau kekompakkan. Dalam bahasa Arab berarti *tadhamun* (ketetapan dalam hubungan) atau *takaful* (saling menyempurnakan atau melindungi).

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Pola Komunikasi di FPTI Pandeglang dalam mempertahankan Solidaritasnya. Dalam mempertahankan solidaritas perlu dilakukan sebuah komunikasi. Komunikasi dapat menyampaikan suatu pesan kepada seseorang atau sekelompok dalam suatu organisasi. Komunikasi juga berfungsi untuk

menjaga agar tidak adanya salah faham antara sesama anggota dalam organisasi. Wursanto dalam bukunya yang berjudul "Etika Komunikasi Kantor" menulis bahwa hambatan komunikasi dapat dibedakan menjadi 6 macam yaitu :

- **Hambatan yang bersifat teknis**

  Hambatan ini antara lain kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh organisasi, kondisi fisik yang tidak memunkinkan

- **Hambatan perilaku**

  Seperti pandangan yang sifatnya apriori, prasangka yang didasarkan pada emos, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, sifat yang egosentris.

- **Hambatan bahasa**

  Yang dimaksud bahasa disini adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampain berita, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik dan sebagainya.

- **Hambatan struktur**

  Hambatan ini disebut juga dengan hambatan organisasi yaitu hambatan yang disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan job dan struktur organisasi.

- **Hambatan jarak**

  Hambatan ini juga disebut dengan hambatan geografis. Dari segi jarak atau geografis, komunikasi akan lebih mudah berlangsung apabila keduabelah pihak saling mengadakan interaksi itu berada di suatu tempat yang tidak berjauhan.

- **Hambatan latar belakang**

  Setiap orang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang dapat menimbulkan suatu gap atau hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu latar belakang social dan latar belakang pendidikan.