BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti yang terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu Yang Sejenis

No	Nama/Tahun / Uraian	Muzzawir kholiq	Riyodina G. Pratikto	Pramastiwi Rayi Muninggar
		2010	2010	2013
1.	Universitas	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Universitas Budi Luhur Jakarta	Universitas sebelas maret surakarta
2.	Judul penelitian	**Pola Komunikasi Organisasi pimpinan dan karyawan di radio perak yogyakarta (studi kasus antara organisasi pimpinan dan karyawan di radio perak Yogyakarta)**	**Pola Komunikasi Humas Pemda DKI Jakarta Dalam Menyosialisasikan Program enjoy Jakarta! (Studi Kasus Pada Kota Jakarta melalui program Enjoy Jakarta!)**	**Pola Komunikasi Dalam Pembentukan Identitas Diri (Studi Kasus Pola Komunikasi Kelompok Hijabers Dalam Pembentukan Identitas Muslimah di Yogyakarta)**
3.	Tujuan penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagi bentuk serta pola komunikasi yang dikembangkan di radio	Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan Kota Jakarta, bahwa masih ada sisi positif dari	. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana identitas muslimah yang terbentuk dalam diri hijabers

		kotak perak Yogyakarta yang tercermin dalam hubungan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan untuk mempertahankan eksistensi organisasi sebagai radio yang bernuansa islam	Ibukota Negara Indonesia ini yang dapat dinikmati para wisatawan lokal dan asing. Para wisatawan dapat menikmatinya melalui kulinernya, alat transportasi yang memudahkan akses bepergian kemana pun, namun tantangan besar dalam hal ini adalah bagaimana menyosialisasikan program "Enjoy Jakarta!" kepada masyarakat luas. Maka diperlukan keterlibatan para petugas Humas agar program Pemerintah DKI Jakarta ini berjalan dengan efektif dan efisien.	
4.	Metode penelitian	Metode penelitian ini menggunakan studi kasus denganpendekatan kualitatif, peneliti menggunakan teknik *purvosife sampling* .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.	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan dan wawancara. Penulis mewawancarai pihak Humas Pemda DKI Jakarta.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus tunggal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi pastisipan
5.	Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukan bahwa pola komunikasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pemda DKI	Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan identitas

		organisasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan yang dialami oleh Radio kotak perak di yogyakarta berupa bahasa dan minimnya penggunaan teknologi. Selain itu pola komunikasi organisasi yang terjadi meski rumit tetapi berjalan dengan baik.	Jakarta menggunakan bentuk komunikasi informatif dan persuasif untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat terkait dengan upaya sosialisasi program Enjoy Jakarta!, disertai dengan pola komunikasi, melalui komunikasi massa, yakni dengan melakukan media relations. Pola komunikasi publik melalui penyelenggaraan event seminar – seminar yang melibatkan komponen akademisi, serta komunikasi antarpribadi melalui program yang bersifat *Corporate Social* Responsibility.	muslimah dalam diri hijabers yakni dari identitas "I" menjadi identitas "Me". Perubahan identitas ini lebih kearah positif sehingga terbawa sampai ke lingkungan umum. Setting yang dibentuk hijabers hingga membentuk identitas muslimah "Me" terdiri dari hablumimannas yang meliputi kegiatan hijabclass, fashion muslimah, dan bazar hijabers, serta kegiatan habluminallah yang meliputi tausyah dan tabligh akbar. Secara keseluruhan identitas diri mereka banyak berubah setelah bergabung menjadi hijabers.
6.	Kesimpulan	Kesimpulan dari penelitian ini yaitu pimpinan dan karyawan di radio kotak perak yogyakarta, mereka saling berkomunikasi dengan baik,dan pola komunikasi baik. Hambatan komunikasi organisasi pun terjadi pada radio kotak perak di yogyakarta, karena dalam berkomunikasi hambatan selalu ada. Dan pola komunikasi yang dilakukan telah terjalin sesuai dengan tujuan organisasi.	Kesimpulan penelitian ini adalah: bahwa Humas Pemda DKI Jakarta menggunakan berbagai macam pola komunikasi untuk menyosialisasikan program Enjoy Jakarta! pada masyarakat, hal ini sebagai bagian dari Strategi Komunikasi Humas Pemda DKI Jakarta, untuk dapat meningkatkan citra Kota Jakarta.	kesimpulan penelitian ini adalah pola komunikasi yang dibentuk Hijabers Community Yogyakarta yang dapat mempengaruhi dan mengubah identitas muslimah hingga membentuk identitas muslimah yang baru. Serta identitas hijabers yang dibawa ke lingkungan umum

Sumber: Peneliti, 2014

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur hingga tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekwensi hubungan sosial *(social relations).* Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain, dengan hubungan itu akan menimbulkan interaksi sosial. Interaksi sosial tersebut di sebabkan inter komunikasi.

Dalam bukunya, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Deddy Mulyana mengatakan kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama, *communico, communicatio* atau *comunicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebutkan sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin yang mirip.

Harold Lasswel sebagaimana dikutip oleh Mulyana juga mengatakan, cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah: Menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. *Who Says What In Which Chanel To Whom With What Effect?,* artinya Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?. (Mulyana, 2005:62).

Berdasarkan definisi dari Lasswel di atas dapat diturunkan bahwa komunikasi itu tediri dari lima unsur komunikasi yang saling bergantung antara satu dengan yang lain. Kelima unsur itu adalah sumber *(source),* pesan *(massage),* saluran atau media *(chanel),* penerima *(receiver)* dan efek *(effect).* Sumber

(source) sering juga di sebut pengirim *(sender),* penyandi *(encoder),* komunikator *(communicator)* pembicara atau *originator.* Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa dalam bentuk individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Pesan *(massage)* yaitu apa yang dikomunikasikan sumber kepada penerima. Pesan merupakan perangkat simbol verbal atau non verbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber pesan. Saluran atau media yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran atau media bisa saja merujuk pada bentuk pesan yang di sampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Penerima *(receiver)* sering disebut sebagai sasaran atau tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber. Dan yang terakhir adalah efek apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, seperti bertambahnya pengetahuan, terhibur, timbulnya perubahan sikap atau perilaku dan sebagainya.

Dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" karangan Deddy Mulyana tertulis bahwa :

> "….setidaknya terdapat tiga pandangan yang dapat dipertahankan. Pertama, komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka. Kedua komunikasi harus mencakup semua prilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja ataupun tidak. Ketiga komunikasi harus mancakup pesan-pesan dikirimkan secara sengaja, namun sengaja ini sulit untuk ditentukan. (Mulyana, 2001:37)"

Dari paparan diatas dapat penulis artikan bahwa definisi komuniasi tidak memiliki batasan yang mutlak atau pasti, terdapat banyak sekali arti dari

komunikasi yang dapat kita jumpai baik dari percakapan sehari-hari ataupun mendengar atau membaca dari berbagai media. Akan tetapi keberagaman definisi-definisi yang kita temukan, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Sama halnya dengan model atau teori, pengertian atau definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang yang didefinisikan dan mengevaluasinya.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Membangun atau mennciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

1. Perubahan sikap *(attitude change)*

   Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

2. Perubahan pendapat *(opinion change)*

   Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

3. Perubahan perilaku *(behavior change)*

   Komunikasi bertujuan untuk mengubah perlaku maupun tindakan seseorang

4. Perubahan sosial *(social change)*

   Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yangmakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

Sedangkan 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 (*social change*). (Effendy, 2003: 8)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (Cangara, 2005:55)

Menurut Harold D. Laswell (dalam Nurudin, 2007), secara terperinci fungsi-fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveilance of the environtment*), fungsi ini dijalankan oleh para diplomat, atase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan.

2) Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari (masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in rerspond in to the environment*), fungsi ini lebih diperankan oleh editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal.
3) Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*), fungsi ini dijalankan oleh para pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

Charles R. Wright (1988) menambahkan satu fungsi, yaitu *entertainment* (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya. (Nurudin, 2007:16)

2.1.2.4 Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bsa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi.

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa proses tejadinya komunikasi. Cukup di dukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain lima unsure yang telah

disebutkan. Arestoteles, ahli filsafat Yunani Kono dalam bukunya *Rhetorica* menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Pandangan Arestoteles ini oleh besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi public dalam bentuk pidato atau retorika. Hal ini bisa dimengerti, karena pada zaman Arestoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat popoler bagi masyarakat Yunani.

a. Sumber

Semua pristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunkasi antarmanusia, sumber bsa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya, partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengiri, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya *Source*, *sencer* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunkasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalu media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganada. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, cantent atau information.

c. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat bebrapa

pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang enilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

Dalam komunkasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kaba, majalah, buku, *leaflet* , brosur, stiker, bulletin hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sementara itu media elektronik antara lain : radio, film, televise, vedio recording, computer, electronic board, audio cassette dan semacamnya.

Berikut perkembangan teknologi komunikasi khusunya di bidang komunikasi massa elektronik massa elektronik yang begitu cepat, media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini disebabkan karena makin canggihnya media komunikasi iru sendiri yang bisa dikombinasikan (multimedia) antar satu sama lainnya.

Media komunikasi seperti diatas, kegiatan dan tempat-tempat yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan, bisa juga dipandang sebagai media komunikasi social, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, srisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat.

a. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara.

Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemn penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dalam komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber , pesan, atau saluran. Kenalah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

b. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur,1982). Oleh karena itu, pengarh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

c. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasala dari penerima. Akan tetapi tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsure yang lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan-perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

d. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah factor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakini lingkuang fisik, lingkungan social buday, lingkungan psikologis, dan demensi waktu.

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah:

> "Diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak." (Ruslan 1999 : 69).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya:

1. Proses komunikasi secara primer

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

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1999 : 11-16). Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

Media massa yang digunakan seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (massive) atau massal (massal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan

media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit. Sedangkan proses komunikasi Menurut Harold Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy terdapat 4 komponen dalam proses komunikasi yaitu :

1. Adanya pesan yang disampaikan
2. Adanya pemberian pesan (komunikator)
3. Adanya penerimaan pesan (komunikan)
4. Adanya umpan balik (*feedback*) (Onong, 1999 : 10)

2.1.2.6 Konteks Komunikasi

A. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal ini merupakan landasan dari komunikasi antarpersonal karena sebelum kita berkomunikasi dengan orang lain kita telah terlebih dahulu berkomunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini bisa terjadi karena kita mempresepsi dan memastikan makna pesan dari orang lain. (Mulyana, 80)

B. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang saling bertatap muka sehingga memungkinkan terjadinya umpan balik baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi sering kali indra penglihatan dan pedengaran adalah sebagai indra primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam

menyampaikan pesan-pesan yang bersifat intim. Komunikasi antarpribadi dinilai sebagai komunikasi paling efektif karena adanya tatap muka secara langsung sehingga memungkinkan untuk menggunakan kelima panca indra untuk mempertinggi daya bujuk kita dalam berkomunikasi. (Mulyana, 81)

C. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi diantara sejumlah orang (kalau kelompok kecil berjumlah 4-20 orang, kelompok besar 20-50 orang). Dalam kontinum diperaga diatas terlihat bahwa telah terjadi perubahan atas jumlah orang yang terlibat dalam komunikasi, jumlah partisipan komunikasi makin bertambah kalau dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi, umpan balik masih berlangsung cepat (jika kelompok kecil), adaptasi pesan masih bersifat khusus, tujuan/maksud komunikasi masih tidak berstruktur. (Liliweri, 2011)

D. Komunikasi Organisasi

Dalam kontinum pada peraga diatas terlihat bahwa komunikasi organisasi terletak ditengah-tengah skala antara komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa; oleh karena itu telah terjadi perubahan atas jumlah orang terlibat dalam komunikasi yang besaran jumlahnya sangat relative (bisa banyak dan/atau sedikit), umpan balik komunikasi organisasi dapat berlangsung cepat atau lamban (kadang-kadang delayed feedback), adaptasi pesan bisa bersifat khusus atau umum, serta tujuan/maksud komunikasi bisa bersifat terstruktur dan tidak terstruktur. Praktik

komunikasi organisasi melibatkan didalamnya komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok yang bersifat impersonal (atau komunikasi yang berstruktur) yang dilakukan oleh pribadi atau kelompok/ unit kerja dalam suatu organisasi. Jalur komunikasi organisasi adalah jalur vertical (atas-bawah, bawah-atas), horizontal (antara unit/satuan kerja yang sama derajat/ level), dan diagonal (komuikasi lintas unit/satuan kerja). (Liliweri, 2011)

Menurut Redding dan Sanborn mengatakan bahwa, "Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *Downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi Upward atau komunikasi dari bawahan, kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program". (Masmuh,2010 : 5)

E. Komuniksi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan massa yang dilakukan melalui media, yakni media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio, dan televisi. Seluruh proses komunikasi massa melibatkan-sangat tinggi didalamnya pelbagai aspek perbedaan latar belakang budaya, mulai dari pengelola (organisasi media), saluran atau media massa, pesan-

pesan, hingga kepada khalayak sasaran maupun dampak. Khalayak dalam komunikasi massa merupakan orang atau sekelompok orang yang berbeda latar belakang budaya dan tersebar secara geografis dianeka ruang yang luas mulai dari lokal, regional, nasional, maupun internasional. Setiap hari khalayak ini mengonsumsi pesan (iklan, berita, opini) yang berasal dari para penulis dan pembawa acara radio dan televisi, bahkan kehadiran media itu sendiri (menurut McLuhan "*medium is a message*") yang berbeda budaya dengan mereka. Dampak kehadiran lembaga, pesan, media yang berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda sangat terhadap perubahan sikap khalayak. (Liliweri, 2011)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Menurut Goldbaher (1979:14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993:201) editor Deddy Mulyana (2006). Mendefinisikan Organisasi sebagai "sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung (interdependent)". Bila sesuatu saling-bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu sama lainnya. Pola dan sifat hubungan organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitasi kepada organisasi tersebut.

Definisi fungsional komunikasi organisasi bahwa "Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit – unit

komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu".(R.Wayne Pace & Don Faules, 1993 : 31).

Komunikasi organisasi menurut Persepsi Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010 : 5) adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan:

a. Komunikasi internal
b. Hubungan manusia
c. Hubungan persatuan pengelola
d. Komunikasi downward (komunikasi dari atasan kepada bawahan)
e. Komunikasi upward (komunikasi dari bawahan kepada atasan)
f. Komunikasi horizontal (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

> "Komunikasi organisasi *(organizational communication)* terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik.
>
> Komunikasi Formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip ". (Mulyana, 2005:75).

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

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

1. Fungsi perintah berkenaan dengan angota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
2. Fungsi relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi 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 tekhnik komunikasi yang di kutip oleh Widjaya menyatakan bahwa fungsi komunikasi itu meliputi:

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

Berdasarkan fungsi komunikasi itu, maka komunikasi memegang peranan penting dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing, karena komunikasi adalah 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.

2.1.3.3 Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi

1. Komunikasi internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Proses komunikasi internal ini bisa berujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media 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
c. Organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar
d. Pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah.
e. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan
f. Memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

2. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang ianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik:

a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan 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.

2.1.3.4 Tinjauan Tentang Arus Komunikasi

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.

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.

2.1.3.5 Tinjauan 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, 1993:201). 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.

2.1.3.6 Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Seringkali 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).

2.1.3.7 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. Menurut GoldHaber yang dikutip oleh Marhaeni Fajar menyebutkan bawah Komunikasi organisasi adalah arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantungan satu sama lain. (Fajar, 2009;122)

Menurut R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) 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 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.

2.1.4 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soekanto, 2001). Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) yang diterjemahkan Oleh Deddy Mulyana (2006:174),“Meskipun organisasi formal amat mengandalkan proses berurutan umum untuk menyebarkan informasi, pola khusus aliran informasi berkembang dari kontak antarpersona yang teratur dan cara-cara rutin pengiriman dan penerimaan pesan. Katz dan Kahn (1966) menunjukkan bahwa pola atau keadaan urusan yang teratur mensyaratkan bahwa komunikasi di antara para anggota sistem tersebut dibatasi.

Sifat asal organisasi mengisyaratkan pembatasan mengenai siapa berbicara kepada siapa. Burgess (1969) mengamati bahwa karakter komunikasi yang ganjil dalam organisasi adalah bahwa “pesan mengalir menjadi teratur sehingga kita dapat berbicara tentang jaringan atau struktur komunikasi”. Ia juga menyatakan bahwa organisasi formal mengendalikan struktur komunikasi dengan menggunakan sarana tertentu seperti penunjukan otoritas dan hubungan-hubungan kerja, penetapan kantor, dan fungsi-fungsi komunikasi khusus”. (R.Wayne Face & Don F. Faules (1993)

2.1.5 Tinjauan Tentang Humas

2.1.5.1 Definisi Humas

Definisi Humas menurut Frank Jefkins yang diterjemahkan oleh Daniel Yadin adalah ”Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dari semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. (Jefkins, 1992:9). Terdapat analisis dari pengertian tersebut, yakni sebagai berikut :

a. Bagian pertama, unsur tujuannya lebih diperinci, yaitu tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang sedikit banyak berkaitan dengan saling pengertian itu. Tujuan- tujuan khusus itu biasanya adalah penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya saja perubahan sikap yang negatif menjadi positif.

b. *Public relations* harus menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (manajemen by objectives) dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat *public relations* merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan dengan tegas menyangkal anggapan keliru yang mengatakan bahwa public relations merupakan kegiatan yang abstrak. (Jefkins, 1992:9). Roberto Simoes (1984) yang dikutip oleh Sr. Mria Assumpta Rumanti menyimpulkan ”apa public relations itu sebenarnya”.

c. *Public relations* merupakan proses interaksi. PR menciptakan opini publik sebagai input yang mnguntungkan kedua belah pihak. *Public relations* adalah fungsi manajemen. PR menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam pencapaian tujuan organisasinya.

d. *Public relations* merupakan aktivitas diberbagai bidang ilmu (PR adalah multidisiplin ilmu). PR menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan goodwill, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.

e. *Public relations* merupakan profesi profesional dalam bidangnya. Juga PR merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus-menerus. PR merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan.

f. *Public relations* merupakan penggabungan berbagai ilmu, PR merupakan penerapan kebijksanaan dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa. (Rumanti, 2002:7). *Public relation* merupakan aktivitas yang proses kegiatannya melalui empat tahap, yakni sebagai berikut:

   a. Penelitian yang didahului penemuan analisis, pengolahan data dan sebagainya
   b. Perencanaan yang direncanakan
   c. Pelaksanaan yang tepat
   d. Evaluasi, penilaian setiap tahap dan evaluasi keseluruhan. (Rumanti, 2002:7-8).

Adapun Definisi Humas menurut Onong Uchjana Effendy yakni: Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin kebijkasanaan dan tata cara mereka yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama lebih efisien. (Effendy. 1993:21)

2.1.5.2 Karakteristik Humas

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila dikaitkan kedalam tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi dan perilaku positif publik terhadap organisasi/lenbaga. Adapun rumusan yang paling tepat mengenai tujuan humas adalah sebagai berikut:

a. Adanya upaya komunikasi bersifat 2 arah
b. Sifatnya terencana
c. Berorientasi pada organisasi/lembaga
d. Sasarannya adalah publik.

Hakikat humas adalah komunikasi. Namun, tidak semua komunikasi dapat dikatakan humas. Komunikasi yang menjadi ciri kehumasan adalah komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik. Komunikasi timbal balik dalam praktik kehumasan bukan berarti komunikasi yang harus bersifat langsung, melainkan bersifat tertunta (delayed). Oleh karena itu, setiap upaya yang memungkinkan terjadinya arus timbal balik dapat disebut sebagai komunikasi kehumasan. Humas adalah suatu kerja manajemen atau fungsi manajemen. Oleh karena itu, humas haruslah menerapkan prinsip-prinsip manajemen, supaya hasil kerjanya dapat diukur. Humas tidak beda dengan fungsi manajemen yang lain, yang memerlukan fact finding, perencanaan, pengorganisasian, aksi dan evaluasi. Artinya aktivitas humas perlu direncanakan, dirumuskan tujuannya, dan ditentukan ukuran keberhasilannya.

Humas berorientasi pada organisasi atau lembaga (penghasil produk) untuk mencapai pengertian, kepercayaan, dan dukungan publik. Dengan mencermati orientasi tersebut, maka syarat mutlak dalam kerja humas adalah pemahaman yang tinggi terhadap visi, misi, dan budaya orgsnisasi/lembaga. Visi, misi, dan budaya orgsnisasi/lembaga inilah yang menjadi materi utama humas, sehingga dapat mencapain tujuan humas dan mendukung tujuan manajemen lainnya. Sasaran humas adalah publik, yakni suatu kelompok dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Jadi, sasaran humas bukanlah perorangan. Hal ini perlu disampaikan sebab masih ada orang yang mengistilahkan PR sebagai personal relations. Terjemahan public relations menjadi Hubungan masyarakat juga harus dibedakan dengan pengertian masyarakat sebagai "*society"*.

Dalam prakteknya publik ini di kelompokan menjadi dua yakni publik internal dan publik eksternal. Publik internal meliputi publik karyawan, publik pemegang saham, dan publik pengelola. Sedangkan publik eksternal yang prinsipnya publik ini berada di luar organisasi/lembaga. Publik ini meliputi komunitas lokal (tetangga), publik pers, dan publik pemerintah.

2.1.5.3 Tujuan Humas

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila dikaitkan kedalam tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi dan perilaku positif publik terhadap organisasi/lembaga.

Adapun rumusan yang paling tepat mengenai tujuan humas adalah sebagai berikut:

1. Terpelihara dan terbentuknya pengertian (aspek kognisi) Saling pengertian dimulai dari saling mengetahui dan saling mengenal. Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi/ lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan haruslah menujukan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti tersebut. Sifat komunikasi cenderung inpormatif saja.
2. Menjaga dan membentuk salaing pecaya (aspek afeksi) Tujuan humas berikutnya lebih pada tujuan emosi, yakni pada sikap (afeksi) saling percaya (mutual confidence). Untuk mencapai tujuan saling percaya ini, prinsip-prinsip komunikasi persuasif dapat diterapkan. Bila humas memberi dua kepentingan (organisasi dan pers), maka berikutnya humas harus dapat meyakinkan kedua belah pihak untuk dapat menerima dan menghormati kepentingan masing-masing. Humas harus dapat meyakinkan bahwa pers akan menulis sesuai dengan fakta, mencari dan memperoleh berita merupakan hak pers dan pers memiliki kode etik sendiri
3. Memelihara dan menciptakan kerjasama (aspek psikomotoris) Maksud dari tujuan ini adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bentuan dan kerjasama nyata. Artinya, bantuan dan kerjasama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan

tertentu. Dalam contoh hubungan dengan pers, aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil organisasi/lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers yang mengingkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam memberi ide kepada pers dan pers dapat mempertimbangkan untuk memuat secara tidak menyolok dan proporsional. (Kusumastuti, 2001:20-22).

Mengacu pada tiga tujuan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa setelah pengetahuan/pikiran dibuka, emosi dan kepercayaan disentuh maka selanjutnya perilaku positif dapat diraih. Pada akhirnya, semua itu kembali pada tujuan yang lebih besar, yakni terbentuknya citra/image yang *favourable* terhadap organisasi lembaga dimana humas berada.

2.1.6 Tinjauan Tentang Pemerintah Daerah Garut

Kabupaten Garut merupakan wilayah yang dinamis, seiring dengan bertambahnya waktu, berbagai dinamika terus berlangsung, baik yang diharapkan maupun yang tidak sehingga perubahan terjadi pada semua sektor.Dalam perkembangannya, Kabupaten Garut tumbuh dan mengalami perubahan yang cukup signifikan.

Untuk menanggulangi perubahan dan pertumbuhan tersebut pada awal tahun 2004 dilaksanakan pemekaran wilayah kecamatan sebanyak 2 kecamatan sehingga seluruh wilayah kecamatan menjadi sebanyak 42 kecamatan, 19 kelurahan dan 400 desa dengan luas wilayah 306.519 Ha. Hingga tahun 2009 Kabupaten Garut memiliki 42 Kecamatan, 21 Kelurahan dan 403 Desa. Kecamatan Cibalong merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah terluas

mencapai 6,97% wilayah Kabupaten Garut atau seluas 21.359 Ha, sedangkan kecamatan Kersamanah merupakan wilayah terkecil dengan luas 1.650 Ha atau 0,54%.

Sebagai Kabupaten yang areal wilayahnya yang cukup luas tentu mempunyai banyak permasalahan intern dan ekstern dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Dengan segala kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada, Pemerintah Kabupaten Garut dengan penerapan arah kebijakan pembangunan dan strategi yang tepat, bertekad untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat.

2.1.7 Tinjauan Tentang Pemberdayaan Komunikasi dan Informatika

Pemberdayaan Komunikasi dan Informatika adalah perluasan komunikasi informasi dan telematika dan ini merupakan suatu program yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Garut. Program ini adalah sebagai upaya menuju masyarakat Indonesia Khususnya Kabupaten Garut dalam mengakses dan bertukar informasi serta meningkatkan kualitas penyediaan dan pemanfaatan informasi melalui teknologi komunikasi secara efektif.

Program ini juga dimaksudkan untuk memberikan pemahaman terkait jaringan teknologi telekomunikasi,memahami teknik jaringan komputer dan teknologi internet. Ini merupakan bentuk perhatian dalam pengembangan teknologi komunikasi dan informatika di Kabupaten Garut. Melalui kegiatan ini diharapkan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana layanan informasi untuk pemberdayaan masyarakat dapat berjalan dengan optimal.

Beberapa langkah telah di upayakan guna terlaksananya layanan informasi tersebut, diantaranya menjadikan kabupaten Garut sebagai salah satu kota riset bidang teknologi informasi, dan menjadikan Website Garut sebagai Web resmi Pemerintah Kabupaten Garut yang menyediakan akses informasi yang informatif sesuai kebutuhan masyarakat, informasi terkait pembangunan daerah.

2.1.8 Tinjauan Tentang kegiatan Mobile Community Acces Point

MCAP adalah Mobile yang dilengkapi oleh seperangkat komputer dengan difasilitasi internet. *Mobile community Acces Point* atau MCAP ini merupakan bentuk kerja sama dengan Diskominfo yang bergerak menelusuri cakupan sinyal internet berbasis Telkom flexy di wilayah garut bagian utara. Meskipun dari tahun ke tahun teknologi semakin canggih, ada beberapa kecamatan di wilayah Kabupaten Garut yang tidak dapat mengakses jaringan Internet. Program ini juga dimaksudkan untuk memberikan pemahaman terkait jaringan teknologi telekomunikasi, memahami teknik jaringan komputer dan teknologi internet. Ini merupakan bentuk perhatian dalam pengembangan teknologi komunikasi dan informatika di Kabupaten Garut.

2.1.9 Tinjauan Tentang Masyarakat Garut

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah society yang berasal dari kata Latin socius yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling

berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi.

Definisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Masyarakat merupakan organisme hidup karena masyarakat selalu mengalami pertumbuhan, saling mempengaruhi satu sama lain dan setiap sistem mempunyai fungsi dan peranan yang berbeda tapi saling mendukung (Spencer, 1895). Oleh karena itu setiap masyarakat dalam hidupnya pasti mengalami perubahan.

2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran adalah sebuah alur pikir peneliti sebagai dasar – dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui, menguraikan, mendeskripsikan, serta menganalisa bagaimana **jaringan komunikasi, faktor-faktor pendukung, hambatan-hambatan komunikasi** yang dialami humas pemerintah daerah kabupaten Garut dalam pemberdayaan komunikasi dan informatika yang dikaji berdasarkan Teori Jaringan.

Dalam hal ini, berdasarkan paradigma dan teori, peneliti menganalisa permasalahan yang akan diteliti terkait Pola Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Garut dalam Pemberdayaan komunikasi dan informatika untuk masyarakat. Hal ini dikarenakan yang menjadi fokus penelitian terkait masalah yang akan diteliti adalah pola komunikasi. Kerangka pemikiran disini berisi

tentang penggunaan teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Teori tersebut bertujuan untuk menggiring dan memfokuskan masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Ada teori yang peneliti angkat.

2.2.1 Teori Jaringan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendapat dari Peter R.Monge dan Noshir S.Contractor mengenai teori jaringan. Gagasan dasar dari teori jaringan adalah keterhubungan, yaitu 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).

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 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. (Morissan, 2009:50)

Jaringan dalam kelompok (group network) terbentuk karena individu cenderung berkomunikasi lebih sering dengan anggota organisasi tertentu lainnya. Organisasi pada dasarnya terbentuk dari kelompok-kelompok yang lebih kecil yang terhubung bersama-sama dalam kelompok-kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (organizational network). Jika menganalisis suatu jaringan, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan, misalnya:

Orang biasanya turut serta membuat jaringan informal melalui tegur sapa yang orang lakukan terhadap rekan atau sejawat di kantor, menjawab telefon yang berdering atau menulis pesan melalui memo kantor, dan sebagainya. Dewasa ini, kemampuan untuk membangun hubungan atau link semakin meningkat dengan kehadiran teknologi pesan singkat (SMS) melalui telepon genggam atau e-mail melalui internet. Dengan kata lain, hubungan tidak terbentuk hanya melalui tatap muka secara fisik, tetapi juga melalui sarana nonfisik. Dengan demikian, Hubungan atau relationship terbentuk melalui komunikasi antar-anggota organisasi secara terus menerus, dan tentu saja tidaklah mudah untuk mencatat setiap hubungan yang terjadi. (Morissan, 2009:50)

Dengan demikian, jika orang ingin meneliti struktur jaringan suatu organisasi maka orang harus mampu masuk tidak saja ke dalam jaringan formalnya, tetapi juga jaringan informal yang bersifat lebih kompleks, termasuk hubungan di antara anggota organisasi, misalnya, yang dilakukan melalui e-mail dan SMS. Dalam hal ini, peneliti dapat melakukan 2 tipe penelitian, yaitu penelitian analisis sinkronik (synchronous analyses) yang melihat jaringan yang tengah bekerja atau berjalan pada periode waktu tertentu dan analisis diakronik

(*diachronic analyses*) yang melihat bagaimana jaringan berubah pada suatu masa tertentu. Pada bagian ini, orang hanya meninjau beberapa ide dasar mengenai jaringan dari literature yang sangat luas, khususnya gagasan dari peter R. Monge dan Noshir S. Contractor mengenai teori jaringan.

Gagasan dasar yang sangat penting mengenai jaringan adalah "keterhubungan" atau "keterkaitan" (connectedness) yaitu ide bahwa terdapat jalur komunikasi yang relatif stabil di antara individu-individu anggota organisasi. Pada individu yang saling berkomunikasi satu sama lain akan terhubung bersama-sama kedalam kelompok-kelompok yang pada gilirannya kelompok-kelompok itu akan saling berhubungan membentuk jaringan keseluruhan. Setiap orang memiliki seperangkat hubungan yang unik dengan orang lain yang disebut "jaringan personal" (personal network). Dengan kata lain, jaringan personal anda adalah hubungan yang anda miliki diantara banyak hubungan lainnya dengan siapa anda berkomunikasi dalam suatu organisasi, dan jaringan personal anda tidak akan persis sama dengan jaringan personal yang dimiliki rekan sejawat anda.

Jaringan dalam kelompok (*group network*) terbentuk karena individu cenderung berkomunikasi lebih sering dengan anggota organisasi tertentu lainnya. Organisasi pada dasarnya terbentuk dari kelompok-kelompok yang lebih kecil yang terhubung bersama-sama dalam kelompok-kelompok yang lebih besar dalam jaringan organisasi (*organizational network*). Skema berikut ini merupakan gambaran yang sederhana suatu jaringan. Perhatikan bahwa para individu terhubung kedalam beberapa kelompok dan kelompok-kelompok terhubung dengan organisasi yang lebih besar.

Jika menganalisis suatu jaringan, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan, misalnya:

a. Anda akan dapat melihat cara-cara setiap dua orang saling berinteraksi atau berhubungan, ini disebut dengan analisis dyad b
b. Anda juga dapat memperhatikan bagaimana setiap tiga orang saling berhubungan, disebut dengan analisis triad
c. Selain itu, anda dapat pula melakukan analisis kelompok dan bagaimana kelompok kemudian terbagi-bagi kedalam beberapa subkelompok
d. Akhirnya, anda melihat pada cara-cara bagaimana berbagai kelompok itu saling berhubungan satu sama lain dalam suatu jaringan global. (Morissan, 2009:52).

Dalam melakukan analisis jaringan, orang dapat menganalisis suatu jaringan kedalam bagian-bagian yang membentuknya, namun selain mengidentifikasi bagian-bagian, orang juga dapat melihat pada kualitas atau sifat bagian-bagian itu serta menjelaskan fungsi-fungsi lain yang terdapat pada suatu hubungan dalam jaringan, seperti persahabatan yang terjalin, bagaimana individu saling bertukar informasi atau pengaruh-pengaruh dalam kelompok, dan aspek jaringan semacam ini disebut multiplexity.

Dengan demikian, sistem organisasi terdiri atas hubungan yang tak terhitung jumlahnya yang membentuk kelompok-kelompok yang terhubung dengan organisasi. Suatu hubungan dapat ditentukan melalui jumlah tujuan yang

ingin dicapai (apakah memiliki satu atau beberapa tujuan), berapa banyak orang yang terlibat, dan fungsi suatu hubungan dalam organisasi.

Pada umumnya, suatu hubungan memiliki lebih dari satu hubungan. Misalnya, anda dapat menggunakan suatu hubungan untuk tidak saling berbagi informasi, tetapi untuk menjalin persahabatan. Hubungan juga dapat menentukan suatu "peran jaringan" (network role) tertentu yang berarti bahwa anggota menghubungakan beberapa kelompok dalam cara-cara tertentu. Ketika anggota organisasi berkomunikasi satu sama lain, mereka melaksanakan atau memenuhi berbagai peran dalam hubungannya dengan jaringan yang terdiri atas peran sebagai jembatan, penghubung dan pemisah.

a. Jembatan, peran sebagai jembatan (bridge), dimana anggota suatu kelompok merangkap atau menjadi anggota kelmpok lainnya.
b. Penghubung, seseorang berperan sebagai penghubung *(liaison)* jika ia menghubungkan dua kelompok, tetapi ia sendiri bukan anggota keduanya.
c. Pemisah, seseorang berperan sebagai pemisah *(isolate)* jika ia tidak terhubung atau terkait sama sekali dengan anggota lain. (Morissan, 2009:52)

Orang juga dapat melihat pada derajat hubungan di antara para anggota organisasi yang terdiri atas derajat kedalam *(in-degree)* dan derajat keluar *(out-degree).*

a. Hubungan dapat bersifat langsung (direct), yaitu hubungan secara langsung di antara dua orang tanpa melalui perantara.

b. Hubungan tidak langsung (indirect), yaitu hubungan antara dua orang yang diperantarai atau dimediasi oleh orang ketiga. (Morissan, 2009:53)

Suatu jaringan juga dapat dicirikan melalui sejumlah kualitas yang dimiliknya. Peneliti juga harus melihat berbagai variabel yang terkait dengan keterhubungan berbagai individu dalam jaringan. Dalam hal ini, orang dapat melihat pada: fungsi jaringan, tingkat keterhubungan, sentralitas/desentralitas, dan derajat pemisahan.

Fungsi Jaringan Suatu organisasi tidak pernah terdiri atas hanya satu jaringan, tetapi memiliki banyak jaringan yang saling tumpang tindih. Namun, walaupun sebagian besar jaringan bersifat multifungsi (multiplex), tertapi jaringan pada umumnya lebih berkonsentrasi atau lebih terfokus pada satu fungsi tertentu dibandingkan fungsi-fungsi lainnya. Misalnya, anda mungkin menemukan jaringan yang lebih menggunakan pendekatan kekuasaan atau pengaruh, sering kali dinamakan jaringan kewenangan atau instrumental (misal organisasi militer). Jaringan lain lebih menggunakan persahabatan atau afiliasi (misalnya organisasi pecinta alam), informasi, produksi, dan inovasi.

Jaringan Keterhubungan Kualitas lain adalah keterhubungan (connectendness), yaitu rasio antara hubungan yang sebenarnya dengan kemungkinan hubungan. Jaringan yang memiliki keterhubungan tinggi adalah jaringan yang kuat dan dekat. Jaringan semacam ini dapat memasukkan banyak pengaruh kedalam hubungan dengan membangun norma-norma bagi pikiran dan

perilaku. Seseorang akan merasa lebih dekat dan lebih terpengaruh dengan rekan-rekannya dikantor dibandingka dengan tetangga mereka.

Sentralitas dan Desentralitas Sifat lain jaringan adalah sentralitas atau derajat keterhubungan antara individu dan kelompok. organisasi yang sangat sentralistis memiliki garis hubungan dimulai dari kelompok hingga kesejumlah pusat hubungan. Sistem desentralisasi memiliki keterhubungan lebih basar di antara para anggotasecara keseluruhan, dan tidak ada kelompok yang mengontrol hubungan tersebut. Jika anda harus selalu berhubungan dengan satu kelompok kecil individu setiap kali anda membutuhkan sesuatu, maka anda tidak akan terhubung secara kuat dengan anggota organisasi lainnya. Sebaliknya, jika anda memiliki kebebasan untuk berhubungan dengan siapa saja, maka anda akan terhubung dengan organisasi secara keseluruhan.

Derajat Pemisahan Jumlah hubungan yang terdapat antara anda dengan orang lain dinamakan "derajat pemisahan" (degrees of separation). Misalnya, anda ingin bertemu dengan seseprang, namun anda tidak tahu dimana orang itu berada dan anda juga tidak tahu bagaimana cara menghubunginya. Dalam hal ini, anda bertanya kepada sejumlah orang yang membantu anda mengetahui keberadaan orang yang anda cari itu. Setelah bertanya kepada empat orang, barulah anda dapat menemuinya. Dalam hal ini, derajat pemisahan yang anda butuhkan adalah sebanyak empat hubungan, yaitu jumlah hubungan yang anda butuhkan untuk dapat menemui orang yang anda cari. (Morissan, 2009:53) Hubungan dan jaringan juga dapat dicirikan melalui sejumlah kualitas lain yang dimilikinya, yaitu seperti berikut ini.

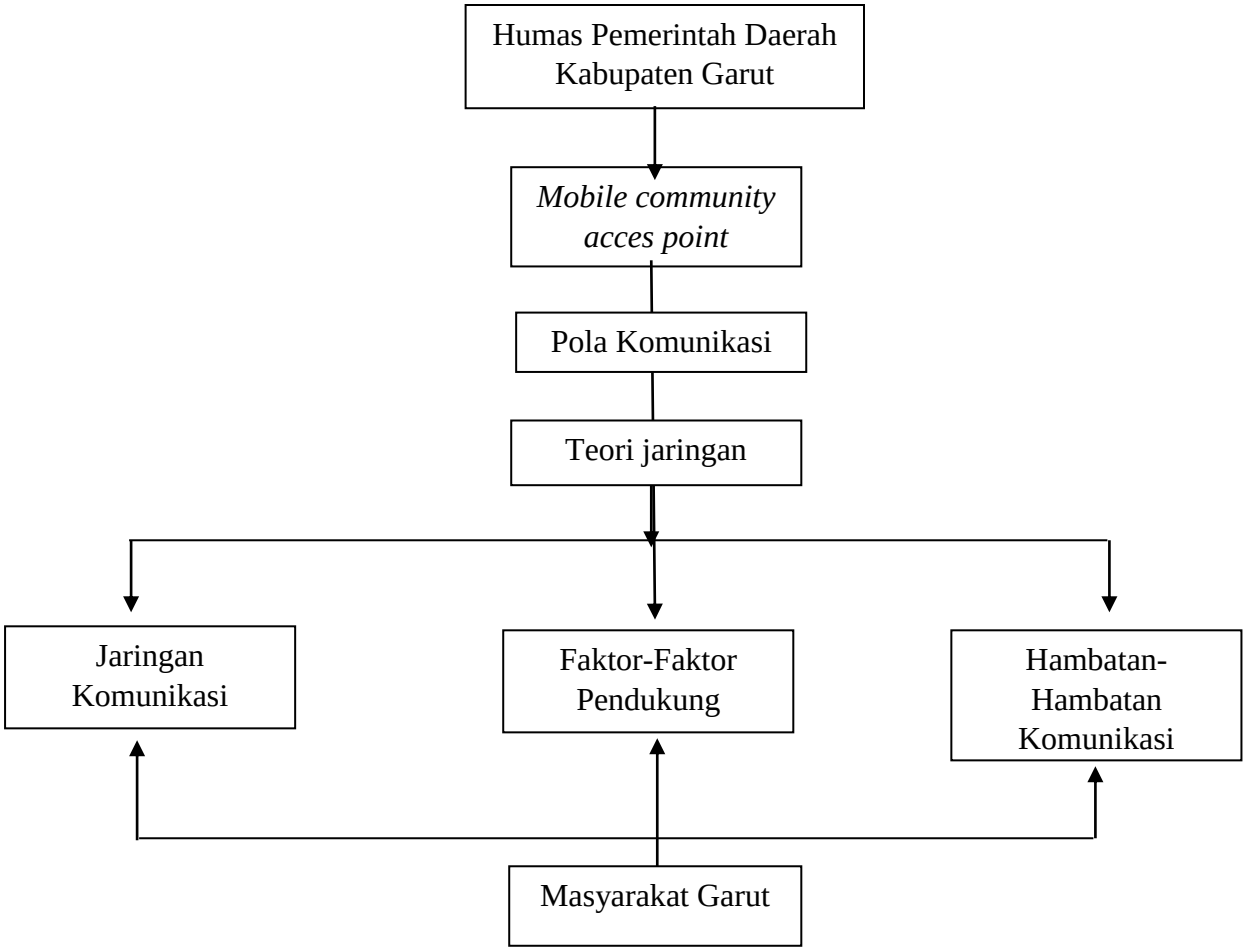
a. Ada kalanya suatu hubungan bersifat eksklusif, tetapi umumnya hubungan bersifat terbuka (inklusif).
b. Konsep lain adalah sentralitas *(centrality)*, yang menunjukkan seberapa luas anda terhubung dengan orang lain.
c. Hubungan juga sangat beragam dalam hal frekuensi dan stabilitasnya, yaitu seberapa sering hubungan itu terjadi dan seberapa besar hubungan itu dapat diperkirakan atau diprediksi.
d. Hubungan juga dapat ditinjau dari ukurannya, yaitu banyak sedikitnya jumlah anggota. Pada intinya, peneliti jaringan harus melihat berbagai variabel yang terkait dengan keterhubungan berbagai individu dalam jaringan. (Morissan, 2009:54)
e. 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 – respons bolak-balik – 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.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2014

Pemerintah Daerah Kabupaten Garut memiliki berbagai program program yang salah satunya dilakukan oleh bagian humas, program tersebut peneliti angkat melalui pola komunikasi. Dalam meneliti pola komunikasi tersebut peneliti menggunakan teori jaringan, dari pengertian teori jaringan tersebut menghasilkan faktor faktor pendukung, hambatan-hambatan komunikasi dan jaringan komunikasi. Sehingga Peneliti mengangkat faktor, hambatan, dan jaringan komunikasi sebagai bahan penelitian untuk meneliti program pemberdayaan komunikasi dan informatika melalui kegiatan *mobile community acces point* dan kegiatan tersebut di sebarkan kepada masyarakat di berbagai kecamatan di kabupaten Garut.