BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari kumpulan - kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian

2.1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu

Tinjauan Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti sebagai pendukung penelitian, tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sejenis.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu dan peneliti

Nama Peneliti	Sherly Priscilia Sulistyanti (2014) SKRIPSI FISIP Uviversitas Brawijaya Malang	Yericho Dalton Lumingkewas (2015) SKRIPSI FISIP UNIKOM	Ruli Amalia (2016) SKRIPSI FISIP UNIKOM	Herina (2017) SKRIPSI FISIP UNIKOM
Judul Penelitian	Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Organisasi Pada Biro Perjalanan Dunia Wisata Malang	Efektivitas Penggunaan Media Online Twitter Dalam UPaya Edukasi Bahaya penyalahgunaan Ganja Oleh Lingkar Ganja Nusantara (LGN) Parahyangan Di Kota Bandung	Efektivitas Komunikasi Interpersonal Bidan Dengan Pasien Di Puskesmas Kemuning Desa Cimanggis Kecamatan Bojong Gede Bogor Dalam Meningkatkan Kesadaran Ibu Melahirkan Dengan Bantuan Bidan	Komunikasi Organisasi Portal PPID Bandung.Go.Id Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik
Metode Yang Digunakan	Metode Penelitian Kuantitaif	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif
Hasil Penelitian	Penggunaan facebook di dunia wisata dapat berfungsi informasi, fungsi intergratif dan fungsi persuasif	Penggunaan media online twitter dalam upaya edukasi bahaya penyalahgunaan ganja oleh LGN Parahyangan Di kota Bandung belum berjalan dengan efektif,	Keterbukaan yang dilakukan bidan dengan pasien dapat menghilangkan stigma negatif yang ada di masyarakat mengenai melahirkan dengan bantuan	Pemetaan komunikasi organisasi orientasi, tindakan manusia, dan struktur portal PPID.bandung.go.id dalam meningkatkan pelayanan

		dan terdapat beberapa kendala yang dihadapi.	bidan, empati, sikap, sikap positif, kesetaraan tidak membedakan penanganan medis bagi pasien miskin atau kaya.	informasi publik
Perbedaan Dengan yang Akan dilakukan	Terletak pada metode penelitian dan desain penelitian, penelitian ini mengambil perusahaan sebagai objek penelitian dan media berupa portal serta topik penelitian yang dilakukan terkait dengan pelayanan informasi publik	Terletak pada objek dan media penelitian, penelitian ini mengambil perusahaan sebagai objek penelitian dan media berupa portal serta topik penelitian yang dilakukan terkait dengan pelayanan informasi publik	Terletak objek penelitian, penelitian ini mengambil perusahaan sebagai objek penelitian serta topik penelitian yang dilakukan terkait dengan pelayanan informasi publik	-

sumber: Peneliti 2017

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya/atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan disekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sama disini ialah kesamaan makna. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi.

Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya*. (Effendy, 2008:10)

> "Komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak" (Rosady, 2001:77).

Beberapa pakar juga meyakini bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk mengubah seseorang, baik itu tingkah laku, kepercayaan, maupun persepsi, seperti yang diungkapkan oleh Gerald R. Miller, yakni "Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima" (Mulyana, 2007:61), lalu kemudian definisi dari Everett M. Rogers, "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka" (Mulyana, 2007:69).

Proses penyampaian pesan dalam komunikasi memang melalui berbagai tahapan dan bahkan sering terdapat gangguan sehingga seringkali pesan atau informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Manusia

adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Artinya bahwa masyarakat dan individu sesungguhnya tidak mungkin dipisahkan.

Manusia sebagai makhluk sosial berinteraksi dengan manusia lain melalui suatu proses komunikasi secara timbal balik. Dalam mengamati aktivitas komunikasi, seyogyanya dipertimbangkan bahwa pada dasarnya seseorang akan melakukan komunikasi sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya berdasarkan penalaran sendiri.

2.1.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. menurut Gordon I Zimmerman yang dialihbahasakan oleh Deddy mulyana dalam bukunya :

> "Kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. " (2008:10)

Sedangkan menurut Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa:

> "Komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (2008:11)"

Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) (2009: 8)

Berbagai bentuk perubahan dari dilakukannya komunikasi memberikan pemahaman bahwa komunikasi digunakan untuk mempengaruhi komunikan. Tujuan komunikasi uga dapat dibentuk sedemikian rupa yang pada intinya menempatkan pemahaman baru sebagai bagian di dalamnya. tujuan komunikasi sering dikaitkan dengan adanya interaksi karena komunikasi dilakukan untuk mencari hal-hal dan menempatkannya sebagai sarana untuk memakna hal-hal tersebut sebagaimana diungkapkan deVito (2011: 31) mengenai tujuan komunikasi, antara lain:

1. Menemukan

   Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar-dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.

2. Untuk Berhubungan

   Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

3. Untuk Meyakinkan

   Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

4. Untuk Bermain

   Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Berikut ini kita akan membahas empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Golden. Keempat fungsi tersebut, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental, tidak saling meniadakan *(mutually exclusive)*. Fungsi suatu peristiwa komunikasi *(communication event)* tampaknya tidak sama sekali *independent*, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan. Berikut ini fungsi-fungsi komunikasi yang di kutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi, yaitu :

1. 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 dengan orang lain. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan yang menafsirkan situasi apapun yang di hadapi.

2. Komunikasi Ekspresif

   Erat kaitanya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal.

3. Komunkasi Ritual

   Erat kaitanya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan hingga upacara kematian.

4. Komunikasi *Instrumental*

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakan tindakan, dan

juga untuk menghibur. Bila diringkas semuanya maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk bersifat persuasif.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell dalam Onong Uchjana Effendy proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses Komunikasi dibedakan menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer
2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/*gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan.

Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setala bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunkasi. Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangakan diatas.

Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai sebagai lambang *(symbol)* seserta isi *(content)* - yakni pikiran dan atau perasaan - yang dibawanya menjadi totalitas pesan *(message),* yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lainlainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

2.1.2.4 Komponen Komunikasi

Di dalam suatu proses komunikasi dibutuhkan paling sedikit tiga komponen, artinya bagian-bagian terpenting yang harus ada pada suatu kesatuan atau keseluruhan proses komunikasi. Komunikasi dapat dikatakan efektif atau berhasil apabila diantara komunikator dan komunikan terdapat satu pengertian yang sama mengenai pesan. Komponen komunikasi tidak hanya komunikator, komunikan dan pesan tetapi terdapat komponen-komponen lain yang juga penting dalam proses komunikasi yaitu:

1. Komunikator
2. Pesan

3. Media
4. Komunikan
5. Efek

Dengan adanya komponen-komponen yang lima tersebut peneliti menguraikannya sebagai berikut:

1. Komunikator

Pengirim atau juga disebut komunikator adalah orang yang membuat pesan. (Orbe & Brues, 2005). Dia merupakan pemrakarsa yang ingin menyajikan pikiran dan pendapat tentang peristiwa atau objek. Sebagai pengirim pesan yang bertujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu berada dalam posisi serba tahu atau serba kenal terhadap penerima, karena itu pengirim mentransmisikan pesan untuk mendapat respons demi menyamakan persepsi terhadap pesan.

Komunikator atau pengirim (*Sender*) mrupakan sumber dari bermulanya komunikasi. Menurut Cangara (2007:24), bahwa semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat pesan yang berasal dari satu orang maupun kelompok atau organisasi.

Komunikator adalah penyebar pesan atau orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan atau penerima pesan. menurut Susanto komunikator mempunyai tugas sebagai berikut :

a. Melakukan *encoding* atau merumuskan ide atau gagasan ke dalam pesan yang dimengerti. Kegiatan *encoding* ini adalah sangat penting dan sulit pula, karena harus dapat memindahkan

ide/gagasan ke benak orang lain agar terdapat kesamaan pengertian.

b. Dalam merumuskan pesan, ia juga harus memilih lambang-lambang yang menjadi titian atau kendaraan bagi ide atau pesan untuk dibawa kepada si penerima pesan.
c. Komunikator pun perlu dengan cermat memilih sarana atau medium yang akan dipergunakan untuk menyebarkan pesannya.

Komunikator dalam pandangan ini bertugas melakukan proses *encoding* terhadap pesan yang akan disampaikan pada komunikan dimana ini merupakan proses yang sulit karena komunikator harus memilih lambang-lambang yang sama dengan karakter komunikan, sehingga gagasan yang akan disampaikan dapat dipahami sesuai dengan yang dimaksudkan, disamping itu komunikator pun harus dapat memilih media yang tepat guna menunjang kelancaran komunikasi.

Ketika komunikator menyampaikan pesan, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan tetapi juga keadaan komunikator itu sendiri. Petunjuk kesehatan dari seorang dokter, penjelasan perkembangan mode oleh seorang designer dan dakwah keagamaan dari seorang kiai akan lebih kita dengar dari pada yang dikemukakan orang lain.

Kredibilitas adalah faktor yang sangat menentukan dalam seorang komunikator. Kredibilitas dapat dikategorikan pada

kepercayaan, keahlian, dinamisme, sosiabilitas, koorientasi serta karisma yang ada pada diri komunikator. Untuk komunikator yang memiliki keahlian dapat kita lihat dari kecerdasannya, kemampuannya dalam berkomunikasi, keahliannya atas materi yang disampaikan, pengalamannya serta keterlatihannya, sedangkan kepercayaan dapat kita nilai dari kejujurannya dalam menyampaikan pesan, bermoral serta adil. Sedangkan untuk dinamisme dapat dilihat pada keaktifannya ketika menyampaikan pesan, tegas, berani serta bersemangat dalam menyampaikan materi pesan.

2. Pesan

   Pesan adalah suatu gagasan atau ide yang telah dituangkan ke dalam lambang untuk disebarkan atau diteruskan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan pada penelitian ini adalah mengenai informasi publik, materi yang disampaikan mulai dari informasi berkala, informasi serta merta, dan informasi setiap saat. Agar tercapainya informasi yang efektif dan efisien sehingga mudah dipahami oleh pengunjung yang membutuhkan informasi. (Cangara, 2007:24)

3. Media

   Media adalah alat yang digunakan untuk mengantarkan atau menyalurkan pesan kepada komunikan untuk mencapai sasaran komunikasi. Dalam penggunaan media tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan khalayak yang akan

dituju. Media yang digunakan di dalam penelitian ini jelas adalah portal yang disambungkan oleh media online. (Cangara, 2007:24)

4. Komunikan

   Komunikan atau penerima pesan adalah merupakan orang yang meneima pesan dari komunikator atau bisa juga disebut objek dari kegiatan komunikasi. Komunikannya jelas berorientasi pada pengunjung dan masyarakat Bandung yang membutuhkan informasi publik. (Cangara, 2007:24)

5. Efek

   Bilamana komunikasi yang dilancarkan oleh komunikator telah berlangsung efektif, maka pesan yang sampai pada komunikan atau penerima pesan akan menimbulkan suatu perubahan, inilah yang disebut efek. Efek atau dampak yang ditimbulkan pada komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi :

   a. Efek kognitif, yaitu efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya dimana tujuan komunikator berkisar pada upaya mengubah prilaku dari komunikan.
   b. Efek afektif, yaitu komunikator bertujuan bukan hanya sekedar komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya terharu, sedih dan sebagainya.
   c. Efek behavioral, yaitu efek yang ditimbulkan pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Dalam kegiatan komunikasi terdapat proses yang dimulai dengan penyampian pesan atau materi oleh komunikator kemudian ditujukan kepada komunikan melalui media dimana pada akhirnya pesan tersebut menimbulkan efek tertentu. Efeknya termasuk dalam kategori efek kognitif karena komunikator yaitu Bidang Diseminasi dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung ingin memberikan informasi yang menyebabkan komunikan yaitu pengunjung masyarakat Bandung jadi mengetahui dan meningkatkan intelektuasnya.

2.1.2.5 Bentuk komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. Menurut Hafied Cangara, ia membagi bentuk komunikasi menjadi 4 bentuk, yaitu :

a) Komunikasi Dengan Diri Sendiri(*Intrapersonal Communication*)

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.

b) Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communication*)

   Proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

c) Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking dan komunikasi khalayak (*audience communication*).

Apapun sebutannya, yang dimaksud dengan komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

d) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

(Cangara, 2007:30)

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Kepustakaan tradisional mengenai komunikasi organisasi menekankan bahwa komunikasi dan keberhasilan organisasi berhubungan. Memperbaiki komunikasi organisasi berarti memperbaiki organisasi. Pandangan tersebut menyarankan hal-hal berikut:

1. Terdapat unsur-unsur universal yang membentuk suatu organisasi ideal.

2. Unsur-unsur universal ini dapat ditemukan dan digunakan untuk mengubah suatu organisasi.
3. Unsur-unsur ini dan cara unsur-unsur ini digunakan "menyebabkan" atau setidaknya memproduksi hasil.
4. Organisasi yang berfungsi baik mengandung campuran yang pas dan menggunakan unsur-unsur ini.
5. Unsur-unsur ini berkaitan dengan hasil organisasi yang diharapkan.
6. Komunikasi adalah satu dari unsur-unsur organisasi.

Pendekatan ini mengisyaratkan bahwa terdapat gagasan-gagasan yang dapat digeneralisasikan untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Komunikasi sangat berperan dalan menumbuhkan kesejahteraan manusia baik dalam bidang kehidupan sehari-hari atau dalam sebuah organisiasi. Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang di organisasikan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi. bila dalam organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya.

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial.

Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

> 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 F. Faules dalam Deddy Mulyana, 2015 : 31).

Komunikasi organisasi terjadi kapanpun setidak-tidaknya satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan.

> "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, 2007 : 75).

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi 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 kenirja 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, dan sebagainya.
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.

Mudjoto dalam teknik komunikasi yang di kutip oleh Widjaya menyatakan bahwa fungsi komunikasi itu meliputi :

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

Berdasarkan fungsi komunikasi itu, maka komunikasi memegang peranan penting dalam suatu organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing, karena komunikasi adalah factor 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 system 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 atau anggota 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 atau anggota 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 atau anggota dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya, 2007:4. 8 - 4. 10).

2.1.3.3 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).

2.1.3.4 Dinamika Komunikasi Organisasi

Komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi, karena komunikasilah yang memungkinkan orang untuk mengkoordinir kegiatan mereka untuk mencapai tujuan bersama, tetapi komunikasi itu tidak hanya menyampaikan informasi atau mentransfer makna saja. Tetapi orang atau individu membentuk makna dan mengembangkan harapan mengenai apa yang sedang terjadi antara satu sama lain melalui pertukaran simbol.

Dengan adanya komunikasi yang harmonis, maka unsur-unsur yang ada dalam organisasi tercipta saling pengertian dan saling memahami diantara mereka. Pada saat itulah prasangka, beda pengertian, beda pendapat dan konflik dapat dihindari dan dapat diminimalisir sekecil mungkin. Ada lima penggolongan komunikasi dalam organisasi yang biasa dipakai, yaitu :

1. Komunikasi Lisan dan Tertulis

   Pada komunikasi tertulis, keuntungannya adalah bahwa ia bersifat permanen, karena pesan-pesan organisasional yang disampaikan dilakukan secara tertulis. Selain itu, catatan-catatan tertulis juga mencegah orang untuk melakukan penyimpangan terhadap gagasan-gagasan yang orang sampaikan. Dengan kata lain, ada jaminan bahwa apa yang orang katakan adalah apa yang akan diterima *receiver*.

2. Komunikasi Verbal dan Non Verbal

   Komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa secara lisan. Sedangkan komunikasi non verbal adalah komunikasi tanpa kata atau komunikasi yang menggunakan isyarat.

3. Komunikasi Horizontal dan Komunikasi Vertikal

   Penggolongan komunikasi ini didasarkan pada arah aliran atau arus komunikasi didalam suatu organisasi dengan tujuan menyampaikan pesan atau informasi.

   a. Komunikasi Horizontal

      Komunikasi Horizontal merupakan tindak komunikasi yang berlangsung diantara sesama anggota yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah : memperbaiki koordinasi tugas; upaya pemechan masalah; saling berbagi informasi; upaya memecahkan konflik; membina hubungan melalui kegiatan bersama.

   b. Komunikasi Vertikal

      Komunikasi vertikal terdiri dari *upward communication* dan *downward communication*. *Upward communication* terjadi ketika. Dasar penggolongan komunikasi lisan dan tertulis ini adalah bentuk pesan yang akan disampaikan. Keuntungan terbesar dari komunikasi lisan adalah kecepatannya, artinya ketika orang melakukan tindak komunikasi dengan orang lain, pesan dapat

disampaikan dengan segera. Keuntungan kedua adalah munculnya umpan balik yang segera. Dan keuntungan yang ketiga adalah memberi kesempatan kepada pengirim pesan untuk mengendalikan situasi. Jika orang memiliki kemampuan berbicara yang baik, memungkinkan pesan-pesan yang disampaikan akan menjadi lebih jelas dan cukup efektif untuk dapat diterima oleh *receiver*.

Bawahan mengirim pesan kepada atasannya yang berupa penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan, dan penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya. Sedangkan *downward communication* merupakan komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya yang berupa pemberian atau penyampaian instruksi kerja, penjelasan dari dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan, penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku, dan pemberian motivasi kepada karyawan atau anggota untuk bekerja lebih baik.

c. 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. Dilain hal komunikasi diagonal kadang terjadi menyimpang dari jalur prosedur birokrasi, misal seorang pegawai suatu unit mengeluhkan masalah pekerjaan kepada kepala unit lain.

4. Komunikasi Organisasi Formal dan Informal

Komunikasi dalam organisasi juga dapat digolongkan menjadi komunikasi organisasi formal dan komunikasi organisasi informal. Komunikasi organisasi formal merupakan proses komunikasi yang mengikuti jalur hubungan formal yang tergambar dalam susunan atau struktur organisasi. Sedangkan komunikasi organisasi informal adalah proses komunikasi dimana arus informasinya sesuai dengan kepentingan dan kehendak masing-masing pribadi yang ada dalam organisasi tersebut.

5. Komunkasi Satu Arah dan Dua Arah

Jenis komunikasi satu arah ini menghilangkan kesempatan untuk memperoleh penjelasan dan konfirmasi, jenis komunikasi ini hanya menekankan penyampaian pesan. Komunikasi satu arah cepat

penyampaiannya, dan menghemat waktu dan biaya. Pada komunikasi ini komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk mempertanyakan informasi yang dikirimkan sehingga dapat melindungi atau menutupi kesalahan yang mungkin dilakukan, sehingga komunikan dibiarkan dalam keadaan ketidakjelasan.

Komunikasi dua arah mempunyai suatu sistem umpan balik mempunyai suatu sistem umpan balik yang terpasang tetap didalamnya, yang memungkinkan komunikator dapat memperoleh umpan balik pesan yang disampaikan. Jenis komunikasi ini menjamin informasi dan penjelasan lebih lanjut akan diberikan dan tersedia setiap saat jika dibutuhkan. Namun komunikasi ini berjalan lambat karena memakan

Waktu, dan kemungkinan kurang efisien karena dapat memberikan kepuasan yang berlebihan kepada penerima pesan pesan yang mempunyai kesempatan untuk memahmi pesan yang dikirimkan sepenuhnya. (Masmuh, 2010 : 7-22).

2.1.4 Tinjauan Portal

Pengertian dari portal web adalah sebuah situs yang berfungsi untuk meletakkan informasi di WWW. Sebuah portal web pastinya akan menampilkan informasi yang terkolaborasi dengan desain dan beragam tampilan. Menurut Setiawan (2004:15) merupakan suatu ruang yang dapat menampung informasi dalam jaringan internet pada sebuah web browser, dengan menggunakan kemampuan untuk mengolah kode-kode tertentu secara umum yang dinamakan

tag-tag (delimeter) dan kemampuan untuk meloncat (link) dari halaman satu ke halaman yang lainnya.

2.1.5 Tinjauan Pelayanan Publik

Pelayanan publik masih menjadi persoalan yang perlu memperoleh perhatian dan penyesesaian yang komprehensif. Hipotesis seperti itu secara kualitatif misalnya dapat dengan mudah dibuktikan di mana berbagai tuntutan pelayanan publik sebagai tanda ketidak puasan mereka sehari-hari banyak kita lihat. Harus diakui, bahwa pelayanan yang diberikan pemerintah kepada rakyat terus mengalami pembaruan, baik dari sisi paradigma maupun format pelayanan seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat dan perubahan di dalam pemerintah itu sendiri.

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakkan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Masyarakat setiap waktu selalu menuntut pelayanan publik yang berkualitas dari birokrat, meskipun tuntutan tersebut tidak sesuai dengan harapan karena secara empiris pelayanan publik yang terjadi selama ini masih bercirikan: berbelit-belit, lambat mahal, dan melelahkan. Untuk pelayanan publik secara konseptual, perlu dibahas pengertian kata demi kata. Menurut Kotler dalam Sampara Lukman pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan , dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. (Poltak Sinambela Lijan: 4-5)

Sementara itu istilah publik berasal dari Bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Kata publik sebenarnya sudah diterima menjadi Bahasa Indonesia bakju menjadi Publik yang berarti umum, orang banyak, ramai. Oleh karena itu pelayanan publik diartikan sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Pelayanan Publik diartikan, pemberi layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai jkepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Selanjutnya menurut Kepmenpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003, publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pmenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Poltak Sinambela Lijan: 4-5)

2.1.5.1 Kualitas Pelayanan Publik

Secara Teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan primayang tercermin dari :

1. **transparasi,** yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh smuja pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti;

2. **akuntabilitas,** yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai degan ketentuan perundang-undangan;
3. **kondisional,** yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efiseinsi dan efektivitas;
4. **partisipatif,** yaitu pelayanan yang dapat mendorong pesan serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat;
5. **kesamaan hak,** yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apa pun khususnya suku,ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain;
6. **keseimbangan hak dan kewajiban,** yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. (Poltak Sinambela Lijan: 4-5)

2.1.6 Tinjauan Tentang Informasi

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional. Hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik. Keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan

negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008.

Informasi sangat dibutuhkan oleh semua orang, karena sudah menjadi kebutuhan manusia. Informasi juga memegang peranan penting dalam setiap kehidupan manusia. Semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia, membutuhkan informasi yang tepat agar kegiatan dapat dikendalikan dengan baik sesuai dengan tujuan kegiatan yang bersangkutan. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia biasanya disesuaikan dengan kegiatan serta minat manusia itu sendiri.

Definisi informasi menurut Jalalludin Rakhmat, adalah :

> "Informasi juga dapat diartikan segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian/ mengurangi jumlah kemungkinan dalam situasi. Informasi bersumber dari manusia baik dalam bentuk ide, gagasan, opini/ pendapat yang berupa sikap, pendapat, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa yang telah, sedang dan akan terjadi di sekitar lingkungan kehidupannya". (Rakhmat, 2009 : 223)

Sedangkan Claude E. Shannon dan Warren Weaver yang dikutip oleh Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi", mendefinisikan informasi sebagai berikut :

> "*What is information? Patterner matter-energy that affect the perobabilities of alternatives available to an individual making decision* (Informasi adalah energy yang terpolakan, yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan dari kemungkinan pilihan-pilihan yang ada)". (Wiryanto, 2004 :29)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah hasil dari proses intelektual seseorang. Proses intelektual adalah mengolah/ memproses stimulus, yang masuk kedalam diri individu melalui panca indera, kemudian diteruskan ke otak/ pusat syaraf untuk diolah/ diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera dan iman yang dimiliki seseorang.

Informasi yang diberikan sebaiknya dapat dimengerti, menark, ringkas, jelas dan memperhatikan ketepatan dari lambing-lambang yang digunakan karena tanpa memperhatikan hal tersebut, komunikasi yang dilakukan tidak akan menciptakan komunikasi yang efektif dan informatif.

2.1.7 Tinjauan tentang PPID.Bandung.go.id

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi dalam melaksanakan pelayanan informasi publik kepada pemohon/pengguna informasi publik dibantu oleh Pejabat Fungsional Arsiparis, Pustakawan, Pranata Humas, Pranata Komputer. Untuk petugas pada desk layanan informasi publik memiliki kompetensi seperti pengetahuan mengenai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan keterbukaan informasi publik dan pelayanan publik, ketrampilan dan sikap dalam berkomunikasi, sehingga dapat menunjang dalam melaksanakan tugas pelayanan informasi.

Sesuai dengan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 117 Tahun 2010 tentang Organisasi Pengelola Informasi dan Dokumentasi dimana salah satu tugas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) menyediakan akses informasi publik bagi pemohon informasi. Terkait dengan

tugas tersebut, PPID menetapkan standar layanan informasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam rangka penyelenggraan pelayanan publik dengan menyediakan sarana, prasarana, fasilitas berupa desk layanan informasi, fasilitas pendukung seperti layanan akses internet gratis, petugas pelaksana layanan informasi, instrumen transaksi, produk pelayanan, serta menetapkan waktu layanan informasi.

Untuk memenuhi dan melayani permintaan dan kebutuhan pemohon/pengguna informasi public, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi melalui desk layanan informasi public melakukan layanan langsung dan layanan melalui media antara lain menggunakan telepon/fax. Telp/Fax: 021 3452841; Email: pelayanan@mail.kominfo.go.id; dan website: http://ppid.kominfo.go.id

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis maupun praktis fokus penelitian adalah studi deskriptif Komunikasi Organisasi Portal PPID.Bandung.go.id Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik.

Pada penelitian yang dilakukan, maka fokus pada penelitian adalah Stategi dan Pemenuhan Keutuhan Informasi, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind maping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.Untuk mendapatkan komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi maka dibutuhkan Komunikasi Organisasi yang baik.

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

Dalam komunikasi organisasi terdapat bagian-bagian yang mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi. Informasi dapat disebarluaskan oleh siapapun, hanya saja di dalam organisasi ada peranan-peranan tersendiri, seperti opinion leader atau orang yang dituakan didalam organisasi tersebut.

Komunikasi Organisasi sebagaimana dijelaskan di atas merujuk pada upaya penyampaian pesan melalui sebuah proses yang oleh karena itu proses ini dikaitkan dengan orientasi, tindakan manusia, struktur, hubungan dengan

lingkungan dan masalah budaya. Sebagaimana di awal dijelaskan, bahwa pemahaman komunikasi pun dapat diaplikasikan pada komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi atau lainnya.

Komunikasi organisasi Bidang Sarana dan Diseminasi Dinas Komunikasi dan Informasi (DISkOMINFO) Kota Bandung merupakan suatu sistem penyampaian pesan melalui media untuk memudahkan dan mempersingkat waktu dan meningkatkan pelayanan oleh setiap karyawan untuk memberi pengetahuan bagi pengunjung dalam hal ini tentu saja masyarakat kota Bandung. Dimana setiap karyawan umumnya mempunyai intensitas komunikasi yang berbeda pada karyawan lainnya. Misalnya karyawan Bidang Diseminasi dan Infomasi melakukan komunikasi dengan karyawan Bidang Diseminasi dan informsi yang lainnya tetapi kebutuhan mereka berbeda, maka dalam hal ini sesuai dengan teori informasi organisasi.

Tantangan dalam menentukan komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Untuk menjalankan dan mencapai tujuan tersebut maka dalam organisasi terdapat beberapa arah formal dan informal jaringan komunikasi dalam organisasi.

Setiap Bidang pasti memiliki orang-orang yang dianggap pantas untuk dijadikan panutan, sehingga setiap keputusan yang diambil oleh orang tersebut berpengaruh pada anggota, meskipun orang tersebut bukan ketua dari komunitasnya tersebut memiliki andil dalam pengambilan keputusan. Untuk mengetahui seorang opinion leader, peneliti mengajukan pertanyaan dan

meminta ditunjukkan tendensi orang lain yang dapat menunjuk siapa yang diperkirakan mempunyai pengaruh.

> "Organisasi adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi dan peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang 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 komunikasi. Bentuk struktur dari pola itupun juga akan berbeda". (Muhammad, 2001 : 102)

Pendekatan Sistem Karl Weick (pelopor pendektan sistem informatif) menganggap sistem hierarki, garis rantai komando organisasi, prosedure operasi standar merujpakan musuh dari inovasi. Ia melihat Organisasi sebagai kehidupan yang organis yang terus menerus beradaptasi kepada suatu perubahan lingkungan dalam orde untuk mempertahankan hidup. Pengorganisasian merupakan proses memahami informasi yang samar-samar melalui perbuatan, pemilihan dan penyimpanan informasi. Weick meyakini informasi akan bertahan dan tumbuh subur hanya ketika anggotanya mengikutsertakan banyak kebebasan *(free-flowing)* dan komunikasi interaktif. Untuk itu, ketika dihadapkan pada situasi yang mengacaukan, manager harus bertumpu pada komunikasi dari pada aturan-aturan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendapat Karl Weick mengenai Teori Informasi Organisasi. Ada beberapa konsep yang tercakup dalam pendapat Karl Weick diatas yaitu orientasi, tindakan manusia, struktur, hubungan dengan lingkungan dan masalah budaya.

Teori Weick tentang pengorganisasian mempunyai arti penting dalam komunikasi karena ia menggunakan komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi. Menurutnya, kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidakpastian informasi yang diterima dari lingkungan atau wilayah sekeliling.

Weick mengemukakan ada 6 indikator :

1. **Orientasi** perspektif subjektifnya adalah Manusia tidak hanya menjalankan organisasi, tetapi manusia merupakan organisasi itu sendiri.
2. **Tindakan Manusia** persepektif subjektifnya adalah individu dan interaksinya mengkostruksi sistem.
3. **Struktur** perspektif subjektifnya adalah struktur sebagai aktivitas yang lebih ditentukan oleh perilaku yang saling bertautan.
4. **Komunikasi** perspektif subjektifnya adalah srtuktur sebagai aktivitas yang lebih ditentukan oleh prilaku yang saling bertautan. Struktur ditandai oleh prilaku pengorganisasian.
5. **Hubungan** dengan lingkungan perspektif subjektifnya adalah Tidak ada pemisahan karena orang-orang secara aktif menciptakan lingkungannya.
6. **Masalah budaya** perspektif subjektifnya adalah Budaya tidak dapat dimanipulasi. Budaya organisasi sebagai proses pembentukan pemahaman. Budaya sebagai proses. Analisis budaya sebagai suatu alat pemahaman.

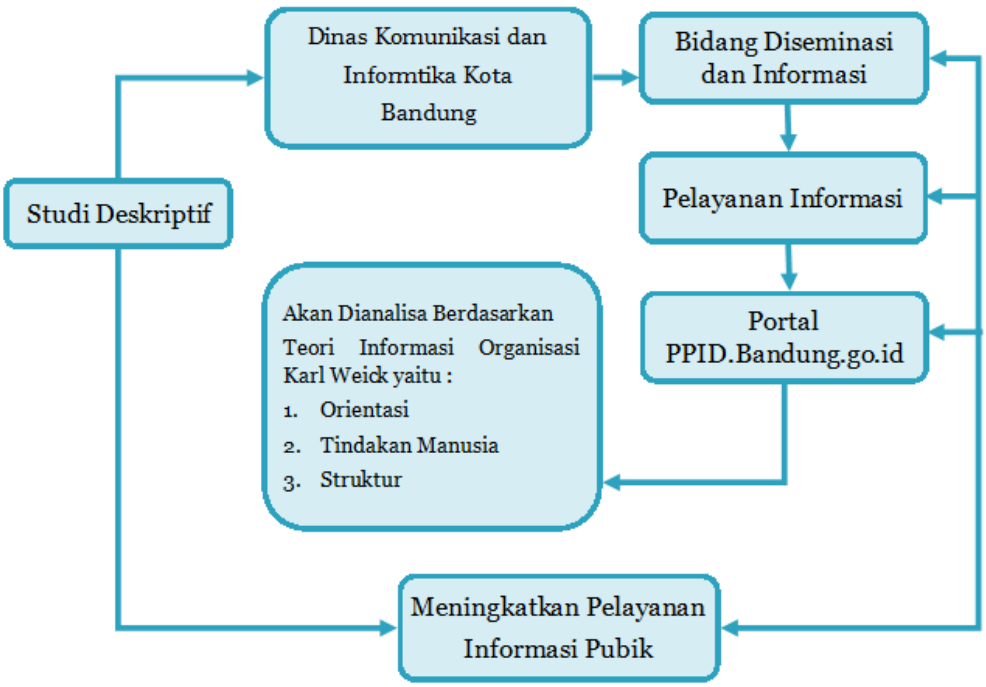
Dalam teori ini dapat melihat bagaimana komunikasi yang bisa menjalin hubungan baik dalam suatu organisasi/perusahaan dan perencanaan pelaksanaan

suatu program informasi komunikasi dan bisa meningkatkan pelayanan dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Komunikasi Organisasi Portal PPID.Bandung.go.id dalam meningkatkan kualitas pelayanan di dalam organisasi agar tercapainya tujuan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam suatu organisasi 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 paham antara Ketua dengan anggota atau sesama anggota dalam organisasi.

Dari pemaparan diatas dapat digambarkan tahapan-tahapan model usulan penelitian, seperti gambar dibawah ini:

Alur Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti 2017