BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan Tinjauan Pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan "Peranan Komunikasi Ketua Komunitas Bandung Barat Musang *Community* Melalui Acara *Gathering* Dalam Memberikan Edukasi dan Informasi Tentang Hewan Musang Bukanlah Hewan Hama Pada Peserta *Gathering*", beberapa hasil penelitian yang dijadikan referensi dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NAMA	Muhamad Rishad Riadi	Rizky Adillah	Acep Wahyudin
PERGURUAN TINGGI	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
JUDUL	Peran Komunikasi Ketua Komunitas Brengozer Regional Bandung Pada Anggotanya Dalam Mengubah Pandangan Negatif Tentang Penggunaan Janggut	Peran Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pada Wisatawan Di Kota Bandung	Peranan Customer service P.T Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Dalam Pemberian Informasi
METODE	Penelitian Kualitatif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif
HASIL	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kegiatan gathering terbagi menjadi dua yaitu gathering nasional dan gathering regional. Gathering, kegiatan formal dari komunitas brengozer regional Bandung, karena hanya dapat dihadiri oleh anggota dari komunitas brengozer regional Bandung. Disetiap kegiatan gathering banyak pembahasan yang dibahas dan diadakan penggalangan dana, dari hasil dana tersebut diberikan kepada yang	Berdasarkan hasil penelitian bahwa peran dinas pariwisata kota Bandung dalam mempromosikan objek wisata pada wisatawan di kota Bandung masih belum efektif. Hal tersebut terlihat dari kurangnya pengetahuan wisatawan akan objek wisata di kota Bandung. Peran sebagai kebijakan Dinas Pariwisata Kota Bandung dalam mempromosikan objek wisata pada wisatawan di kota Bandung ini mengalami	Berdasarkan hasil penelitian bahwa Customer Service berhak memberikan informasi sesuai data yang ada pada sistem. Hak dalam kepercayaan memberikan pelayanan informasi khususnya P.T Kereta Api membuahkan hasil yang dicapai. Kewajiban bentuk SOP customer Service dalam melayani pelanggan yaitu 7S senyum, sapa, salam, sopan, santun siap melayani. Sikap dan prilaku ketegasan dalam berbicara

	membutuhkan. Kegiatan kopdar, lebih santai dan tidak formal seperti gathering. Kegiatan kopdar dapat dihadiri oleh siapa saja termasuk masyarakat yang sekedar ingin tahu tentang komunitas brengozer regional Bandung ini seperti apa dan dapat juga menjadi ruang diskusi untuk beranya-tanya seputar janggut.	hambatan-hanbatan yang menjadi kendala dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata pada wisatawan, cara promosi yang kurang tepat.	Customer Service kepada pelanggan mudah mengerti, dilihat dari bodu language, intonasi suara dan gesture. Dan melihat berdasarkan dari waiting time dan surfing time. Mengikuti pelatihan dan pendidikan. Penampilan tampak sangat rapi serta memberikan pelayanan komunikasi kepada konsumen sesuai kebijakan yang ditetapkan.
PERBEDAAN	Penelitian Muhammad Rishad Riadi membahas lebih kepada peran komunikasi ketua komunitas brengozer regional bandung pada anggotanya dalam mengubah pandangan negatif tentang penggunaan janggut. Sedangkan peneliti ini kepada peranan komunikasi ketua bandung barat musang community pada anggotanya dalam memberikan edukasi dan informasi melalui acara gathering tentang hewan musang bukanlah hewan hama.	Penelitian Rizky Adillah membahas lebih kepada Peran Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pada Wisatawan Di Kota Bandung. Sedangkan peneliti ini kepada peranan komunikasi ketua bandung Barat musang Community pada anggotanya dalam memberikan edukasi dan informasi melalui acara gathering tentang hewan musang bukanlah hewan hama.	Penelitian Acep Wahyudin membahas lebih kepada Peranan Customer service P.T Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung Dalam Pemberian Informasi. Sedangkan peneliti ini kepada peranan komunikasi ketua bandung barat musang community pada anggotanya dalam memberikan edukasi dan informasi melalui acara gathering tentang hewan musang bukanlah hewan hama.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Dalam tinjauan pustaka, peneliti menelaah penelitian terdahulu yang menjadikan rujukan – rujukan berhubungan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan pembanding, pendukung, dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Komunikasi menjadi istilah yang begitu sangat penting dikalangan masyarakat. Dari mulai media massa, buku – buku terbitan terbaru, kelompok diskusi, pelatihan seminar, dan sebagainya berbondong – bondong membahas tentang komunikasi dan bagaimana komunikasi itu digunakan dengan baik dan benar. Pesan – pesan komunikasi yang ditunjukan kepada setiap manusia datang dari berbagai macam sumber, baik secara verbal, ataupun non verbal. Karena pada dasarnya komunikasi dibentuk oleh manusia yang telah berkomunikasi selama puluhan ribu tahun, dan sebagian besar waktu jaga manusia dilakukan untuk saling berkomunikasi. Meskipun demikian, ketika manusia dilahirkan ia tidak dengan sendirinya dibekali dengan kemampuan untuk berkomunikasi yang efektif, tapi dipelajari setiap harinya.

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Melalui berkomunikasi setiap orang berusaha untuk mendefiisikan sesuatu yang ingin mereka ketahui, termasuk definisi tentang komunikasi itu sendiri. Komunikasi bisa artikan secara luas dan memiliki berbagai macam pengertian. Onong Uchjana Effendy mendefinisikan komunikasi dalam buku “Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek” sebagai berikut : “Istilah komunikasi

dalam bahasa inggris *"Communications"* berasal dari kata latin *"communicatio"* dan bersumber dari kata *"Communis"* yang berarti "sama", maksudnya adalah makna. Kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercaakapkan atau dikomunikasikan. Suatu percakapan akan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan dan mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan" (Effendy, 2009 : 9).

Carld I. Hovland yang di kutip oleh Onong Uchajana Effendy mengatakan:

> "Ilmu komunikasi adalah upaya yang sitematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta bentukan pendapat dan sikap". Definisi Hovland di atas menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum *(Public opinion)* dan sikap publik *(Public attitude)* yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahawa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain *(Communication is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2009: 10).

Gerald R. Miller yang dikutip oleh Deddy Mulyana juga mengatakan bahwa :

> "Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima". (Mulyana, 2007 : 68).

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of*

Communication in Society yang di kutip oleh Onong Uchjana Effendy. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell diatas menunjukkkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

1. Komunikator *(communicator, source, sender)*
2. Pesan *(message)*
3. Media *(channel, media)*
4. Komunikan *(communicant, communicate, receiver, recipient)*
5. Efek *(effect, impact, influence).* (Effendy 2009:10).

Berdasarkan Komponen-Komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2009:10).

Selain itu menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana menjelaskan bahwa :

> "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka". (Mulyana, 2007 : 62).

Definisi diatas kemudian dikembangkan kembali oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) yang di kutip oleh Hafied Cangara, sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

> "Komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam". (Cangara, 2013 : 20).

Rogers mencoba menspesialisasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya suatu perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki arti yang sangat penting dalam unsur kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan dan bertukar informasi, pemikiran, pendapat, gagasan, peranan, pengalaman, pengetahuan, serta harapannya. Komunikasi dilakukan bukan hanya sebatas untuk memberikan informasi agar orang lain tahu, tetapi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama, serta mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain.

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh Unsur – unsur yang dikutip oleh Cangara pada bukunya yang berjudul Perencanaan dan Strategi Komunikasi, yakni:

1. Sumber Komunikator ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa inggris disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
2. Pesan Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) mau pun non-verbal. (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam

bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message, content*, atau *information.*

3. Saluran Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, laflet, brosur,buku,).
4. Penerima Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan nama *receiver, audience*, atau *decoder*.
5. Efek Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Umpan balik Ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. (Cangara, 2013 : 34-35)

2.1.2.3 Fungsi – Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, Menurut Onong Ucjana Effendy, ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan *(to inform)* Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik *(to educate)* Komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur *(to entertain)* Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi pendidikan, juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi *(to influence)* Fungsinya mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha mempengaruhi jalan pikiran komunikan, dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2009 : 31).

Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" mengutip kerangka berpikir William I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi *(communication event)* tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Diantaranya:

1. Fungsi Komunikasi Sosial

   Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar

dari tekanan. Pembentukan konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaanperasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

   Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, dalam acara tersebut orang mengucapakan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi. (Mulyana, 2007 : 5)

Menurut Harold Laswell sebagaimana telah dikutip oleh Nurudin dalam bukunya "Sistem Komunikasi Indonesia", secara terperinci fungsi – fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan *(surveilance of the environtment)*, fungsi ini di jalankan oleh para diplomat, atase dan koresponden luar negri sebagai usaha menjaga lingkungan.
2. Menghubungkan bagian – bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan *(correlation of the part of the society in respond in to the environtment)*.
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya *(transmission of the social herilage)* fungsi ini di jalankan oleh para 17 pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi. (Nurudin, 2010:14).

Berpijak pada fungsi komunikasi dalam kehidupan masyarakat, dapat dikatakan bahwa komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, karena komunikasi adalah salah satu komponen penting yang akan selalu ada dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dengan kata lain, melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan dirinya dengan berbagi informasi yang diperolehnya. Selain itu ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antar manusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (costumers),

dan juga memelihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam bermasyarakat. (Cangara, 2002 : 59)

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Onong Uchjana Efenddy, dengan bukunya yang berjudul *Techniques for effective Communication*, mengatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding* (memastikan mengerti pesan yang diterima)
2. *To establish acceptance* (membina penerima)
3. *To motivate action* (memotivasikan kegiatan)

(Effendy, 2009 : 32)

Pertama adalah memastikan (*to secure understanding)* bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya harus dibina *(to establish acceptance)*. Dan pada akhirnya kegiatan dimotivasikan *(to motivate action)*. Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian.

Adapun tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam "Dimensi – Dimensi Komunikasi" :

1. Perubahan sikap *(Attitude change)*
2. Perubahan pendapat *(Opinion change)*
3. Perubahan prilaku *(Behavior change)*
4. Perubahan sosial *(Social change)*

Dari empat poin diatas Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul "Dimensi– Dimensi Komunikasi" menyimpulkan bahwa :

> "Komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak." (Effendy, 2008 : 8).

Sedangkan menurut Gordon I. Zimmerman yang dikutip oleh Deddy Mulyana merumuskan bahwa:

> "Kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugastugas 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". (Mulyana, 2007 : 4).

2.1.2.5 Tinjauan Tentang Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell dalam Onong Uchjana Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer. 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 setara 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).

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

   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 komunikasi. Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu

adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas. Jarang sekali orang menganngap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai sebagai lambang *(symbol)* serta 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 lain lainnya. 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. (Effendy, 2009 : 11-17).

2.1.2.6 Bentuk – Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi *(Intapersonal Communication)* Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir, Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini dalam komunikasi dua orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)* Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang - orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusi masih mempunyai emosi.
3. Komunikasi Kelompok *(Group Communication)* Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.
4. Komunikasi Publik *(Public Communication*) Komunikasi publik adalah komuniaksi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering

bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Oganisasi *(Organizational Communication)* Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip.
6. Komunikasi Massa *(Mass Commnication)* Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). (Mulyana, 2007 : 80-83).

2.1.2.7 Hambatan Komunikasi

Komunikasi adalah suatu cara untuk menyampaikan informasi antara satu orang dengan orang lain. Sebagai makhluk sosial manusia pasti melakukan komunikasi agar dapat berinteraksi satu dengan lainnya.

Pada kenyataannya saat melakukan komunikasi manusia sering mengalami hambatan dalam proses komunikasi.Faktor-faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam prosesn komunikasi, dapat dibagi menjadi 4 jenis hambatan sebagai mana Onong Uchjana Effendy kemukakan dalam bukunya yang berjudul "Dinamika Komunikasi" sebagai berikut :

A. Hambatan sosio-antro-psikologis

Menurut Onong Uchjana Effendy proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional. Ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.(Effendy, 2004 : 11)

a. Hambatan sosiologis.

Menurut seorang sosiolog jerman bernama Ferdinand Tonnies yang di kutip oleh Onong Uchjana Effendy "mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang ia namakan *gemeinschaft* dan *gesellschaft.gemeinschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. *Gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional, seperti pergaulan di kantor atau dalam organisasi". (Effendy, 2004:11)

b. Hambatan Antropologis

dalam melancarkan komunikasi seorang komunikator harus mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut :

> "dalam melancarkan komunikasi seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya".(Effendy, 2004 : 12)

c. Hambatan psikologis

faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelumnya melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa "komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, dan kondisi psikologis lainnya juga jika komunikasi menaruh prasangka kepada komunikator".(Effendy, 2004:12)

B. Hambatan semantic

Hambatan semantis terdapat pada diri komunikator. Faktor hambatan semantis menyangkut bahasa yang digunakan komunikator. Sebagaimana yang disampaikan oleh Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa "faktor semantis menyangkut bahasa yang digunakan komunikator sebagai "alat" untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan".(Effendy, 2004: 14)

C. Hambatan mekanis

Hambatan ini sering dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Hambatan pada beberapa media tidak mungkin di atasi oleh komunikator sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut " hambatan pada beberapa media tidak mungkin diatasi oleh komunikator, misalnya hambatan yang dijumpai pada surat kabar, radio, dan televisi. Tetapi pada beberapa komunikator dapat saja mengatasinya dengan mengambil sikap tertentu".(Effendy, 2004:15)

D. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis berkaitan dengan lingkungan sekitar terjadinya proses komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy hambatan ekologis terjadi dikarenakan gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi sebagai mana berikut " Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan".(Effendy, 2004:16)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi adalah dasar dari setiap hubungan antar elemen dalam mencapai suatu tujuan dalam sebuah kelompok. Dalam ruang lingkup kelompok, komunikasi tidak bisa di lepaskan dalam setiap kegiatannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.1.3.1 definisi komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah "Suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil" (Mulyana, 2007:6).

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. Karena kelak dapat berpengaruh terhadap proses perkembangan individu dalam kelompok.

Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Sekelompok orang yang menjadi komunikan itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil *(small group communication).*

Jika jumlahnya banyak yang berarti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar *(large group communication).* Sehubungan dengan itu sering timbul pertanyaan, yang termasuk komunikasi kecil itu jumlah komunikannya berapa orang, demikian pula komunikasi kelompok besar. Apakah 100 orang atau 200 orang itu termasuk kelompok kecil atau kelompok besar. Secara teoritis dalam ilmu komunikasi untuk membedakan komunikasi kelompok kecil dari komunikasi kelompok besar tidak didasarkan pada jumlah komunikan

dalam hitungan secara matematik, melainkan pada kualitas proses komunikasi. Pengertian kelompok disitu tidak berdasarkan pengertian psikologis, melainkan pengertian komunikologis.

2.1.3.2 Ciri Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesannya kepada pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lain. Menurut Onong Uchjana Effendy menjelaskan sebagai berikut :

> Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Komunikan akan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator. Ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil ialah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular. Umpan balik terjadi secara verbal (Effendy, 2003:45).

Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dapat menyanggah bila tidak setuju, dan lain sebagainya. Maka, umumnya komunikasi kelompok kecil bisa memberikan padangan dan pendapat tentang argumen dari komunikator secara langsung.

2.1.3.3 Ciri Komunikasi Kelompok Besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikan, dan prosesnya berlangsung secara linier. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada

hatinya atau kepada perasaanya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa disebuah lapangan.

> Komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama status sosialnya), maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen, mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya. Proses komunikasi kelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ketitik yang lain, dari komunikator ke komunikan (Effendy, 2003:75-78).

Komunikasi yang linier dari komunikasi kelompok besar bisa mempengaruhi secara langsung karena membicarakan tentang keadaan objektif serta pesan yang disampaikan mempunyai perhatian dan menyentuh perasaan komunikan. Artinya, proses ini dijadikan proses mempengaruhi secara luas pada komunikan tanpa batasan dan tentunya pesan yang disampaikan dari komunikator lebih otoriter.

2.1.3.4 Fungsi Komunikasi Kelompok

Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh Pratikto dalam Deddy Mulyana ada empat fungsi kelompok yaitu :

1. Hubungan sosial, merupakan suatu bentuk interaksi yang dibangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal satu sama lainnya. Sehingga kelompok ini mampu membangun hubungan sosial secara internal dan eksternal.
2. Pendidikan, memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.
3. Persuasif, cara dalam berkomunikasi kelompok harus mengandung persuasif atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Serta memberikan komunikasi persuasif untuk memberikan pendapat dan argument dari komunikator.
4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan (Mulyana, 2007:67).

Beberapa fungsi komunikasi kelompok memberikan pemahaman bahwa dalam kelompok tersebut harus mempunyai hubungan sosial, pendidikan, persuasif, dan problem solving dengan tujuan kelompok mempunyai dinamika dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Sehingga, fungsi ini mengikat anggota secara emosional ketika anggota berada di suatu kelompok.

2.1.4 Tinjauan tentang Komunikasi Antarpersonal

Dalam Komunikasi antarpersonal, komunikasi berlangsung secara dua arah dan bersifat dialogis sebagai mana disampaikan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut :

> "Dalam Komunikasi Antarpersona, tatapmuka yang sifatnya dialogis, komunikasi berlangsung secara dua arah (*two way trafic*)". (Effendy, 2004: 50)

Adapun menurut Deddy Mulyana Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)* Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang - orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. (Mulyana, 2007:80)

2.1.4.1 Jenis-jenis Komunikasi Antarpersonal

Seperti komunikasi lainya, komunikasi antarpersonal memiliki jenis yang berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain. Menurut Onong Ucjhana Effendy

bahwa Secara teoritis komunikasi antarpribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yakni :

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan itu.

2. Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

   Adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karena komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai frame of reference komunikan, sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (2003:62).

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunitas

Asal kata *community* adalah bahasa Latin *"munus"*, yang bermakna *the gift* (memberi), *cum*, bermakna kebersamaan *(together)* antara satu sama lain. Dapat diartikan, komunitas adalah sebagai sekelompok orang yang saling berbagi dan saling mendukung satu sama lain. Syarat pokok agar antar manusia dapat

saling berbagi dan saling mendukung adalah interaksi. Hanya dengan melakukan interaksi satu sama lain secara intensiflah keduanya dapat terjadi.

Secara umum, komunitas *(community)* adalah sekelompok orang yang hidup bersama pada lokasi yang sama, sehingga komunitas tersebut telah berkembang menjadi sebuah "kelompok hidup" *(group lives)* yang diikat oleh kesamaan kepentingan *(common interests).* Menurut Fattah Hanurawan dalam bukunya "Psikologi Sosial" mengatakan bahwa :

> "Dalam sosiologi, secara harfiah maknanya adalah "masyarakat setempat". Yaitu, sekelompok masyarakat yang hidup bersama sedemikian rupa sehingga merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama. Artinya, ada social relationship yang kuat diantara mereka, pada satu geografis tertentu (Hanurawan, 2010:54).

Faktor yang menjadi dasar adalah adanya interaksi yang intensif diantara para anggotanya, dibandingkan dengan orang-orang di luar batas wilayahnya. Jadi ukurannya adalah derajat hubungan sosial. Pada sebuah komunitas ditemukan dua hal utama, yaitu kesamaan dan identitas *(similarity or identity).* Selain itu, juga selalu terdapat sikap berbagi *(sharing),* partisipasi, dan *felowship*. Komunitas terbentuk karena memiliki ketertarikan yang sama *(common interests)* atau disebut *community of interest*. Jadi, komunitas adalah sekelompok orang dengan adanya elemen yang berbagi *(shared element)* di antaranya.

Substansi dari *shared element* tersebut sangat luas, yaitu dari berbentuk situasi sampai ke interest dalam hidup, dan bahkan nilai-nilai. Hal ini diwakili dalam konsep kolektivisme *(collectivism)*. Komunitas memiliki banyak makna. Ia dapat dimaknai sebagai sebuah kelompok dari satu masyarakat *(Forming a distinct segment of society),* atau sebagai sekelompok orang di satu area *(A group*

of people living in a particular local area) yang memiliki karakteristik etnik dan cultural yang sama.

Satu ciri khasnya adalah mereka memiliki sesuatu secara bersama-sama *(common ownership)*. Jika bertolak dari pengertian ekologi, maka komunitas adalah sekelompok organisme yang saling tergantung pada satu wilayah, dan terus saling berinteraksi. Komunitas dapat dibedakan atas berbagai pola, atas dasar ukuran (besar dan kecil), atas dasar *level* (lokal, nasional, internasional), riel atau tidak riel (virtual), bersifat kooperatif *(cooperative)* atau kompotetif *(competitiv),*serta formal atau informal.

Pada perkembangannya, konsep komunitas dipakai secara lebih luas. Untuk kesatuan hidup yang berada dalam satu wilayah tertentu disebut sebagai *"community of places'*, sedangkan hubungan yang diikat arena kesamaan kepentingan namun tidak tinggal dalam satu wilayah geografis tertentu *(borderless)* disebut dengan *"community of interest".* Apapun definisinya, komunitas harus memiliki sifat interaksi *(the nature of interaction).* Yaitu interaksi yang informal dan spontan harus lebih banyak dari yang interaksi yang *procedurally formalized* (seperti dalam birokrasi), serta memiliki orientasi yang jelas *(goal-oriented).* Keanggotaan sebuah komunitas terbentuk lebih karena adanya struktur yang alamiah *(tight 3 knit web-like structure)*; lebih dari struktur yang hierarkhis.

Ciri utama sebuah komunitas adalah adanya keharmonisan, egalitarian, serta sikap saling berbagi nilai dan kehidupan. Suatu komunitas tidak akan dapat

menutup dirinya sendiri. Komunitas harus berinteraksi dan berkomunikasi dengan komunitas lain, secara lokal maupun global.

Ada keterkaitan yang kuat antara satu komunitas dengan lainnya. Komunitas merupakan unit-unit sosial yang memiliki otoritas sendiri dengan nilai-nilai bersama dan rasa memiliki satu sama lain. Suatu komunitas terjaga karena adanya kohesi sosial sesamanya , dalam situasi di mana individu-individu diikat dengan orang lain oleh komitmen sosial dan kultural. Kohesi sosial terdapat dalam grup besar maupun kecil.

2.1.6 Tinjauan Tentang Peran

Merujuk pada penjelasan yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy mengenai peranan seorang komunikator, menyatakan bahwa "Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau prilakunya.(Effendy, 2004:16)

Selanjutnya menurut Soerjono Soekanto, mengartikan peranan sebagai berikut "Peranan adalah aspek dinamisi kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan." (Soekanto, 2004: 243).

Menurut pendapat Soerjono Sukanto peranan mencakup tiga hal, yaitu :

1. peranan meliputi norma norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti merupakan rangkaian-rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam masyarakat.

2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. peranan juga dapat dikitkan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat (Soekanto 2004:24)

Berdasarkan pendapat di atas peranan adalah tindakan yang dilakukan orang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa. Peranan merupakan perangkat tingkah laku yang diharapkan, dimiliki oleh orang atau seseorang yang berkedudukan dimasyarakat. Kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

2.1.7 Tinjauan Tentang ketua

Pengertian ketua dapat diperoleh dari beberapa referensi, berikut ini merupakan pengertian ketua berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia:

> "orang yang mengepalai atau memimpin" (Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2002 : 562).

Adapun definisi menurut H. Malayu S.P. Hasibuan mengenai definisi pemimpin dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Sumber Daya Manusia" sebagai berikut :

> "pemimpin adalah seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya, mengarahkan bawahan untuk mengerjakan sebagian pekerjaanya dalam mencapai tujuan organisasi. Pemimpin adalah seorang pimpinan yang mempunyai sifat-sifat kepemimpinan kewibawaan (*personality authority*)".(S.P. Hasibuan, Malayu. 1997 : 157)

Ketua atau pemimpin atau S.P. Hasibuan menyebutkan Manajer harus melaksanakan tugasnya. Tugas-tugas manajer meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. *Managarial Cycle* adalah siklus " pengambilan keputusan, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, perincian, dan pelaporan". Dengan demikian tugas-tugas manajer adalah siklus yang berulang-ulang dari pengambilan keputusan sampai menerima laporan.
2. Memotivasi, artinya seorang manajer harus dapat mendorong para bawahannya untuk bekerja giat dan membina bawahan dengan baik, sehingga tercipta suasana kerja yang baik dan harmonis.
3. Manajer harus berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan para bawahannya supaya loyalitas dan partisipasinya meningkat.
4. Manajer harus dapat menciptakan suatu kondisi yang akan membantu bawahannya mendapat kepuasan dalam pekerjaannya.
5. Manajer harus berusaha agar bawahannya bersedia memikul tanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik.
6. Manajer harus berusaha membina bawahannya, agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
7. Manajer harus membenahi fungsi-fungsi fundamental manajemen secara baik.
8. Manajer harus mewakili dan membina hubungan yang harmonis dengan pihak-pihak luar.
9. Manajer harus bertanggung jawab atas keselamatan kerja para bawahannya selama melakukan pekerjaan.
10. Manajer harus mengadakan pembagian kerja yang mengkoordinasi tugas-tugas supaya terintegritas pada tujuan yang diinginkan.

11. Manajer harus bersedia menjadi penanggung jawab terakhir mengenai hasil yang di capai dari proses manajeman itu. (S.P. Hasibuan, Malayu. 1997 : 47)

2.1.8 Tinjauan Tentang informasi

Konsep dasar teori informasi adalah berasal dari Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication.* Menurut teori ini, informasi adalah ”Jumlah ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksikan sejumlah alternatif pilihan yang tersedia”.

Informasi berkaitan dengan situasi yang tidak pasti. Semakin tidak pasti suatu situasi, maka semakin banyak pula informasi yang dapat digunakan secara berturut-turut dan betumpang tindih (reduktif) untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Informasi adalah sesuatu yang mengurangi ketidakpastian akan sesuatu. Littejohn (1998) yang dikutip oleh kriyantono mengupas bahwa informasi adalah :

> ”Pengukuran ketidakpastian atau entropi dalam suatu situasi. Semakin besar ketidakpastian maka semakin banyak informasi yang dibutuhkan. Bila situasi dapat diperkirakan seluruhnya, maka tidak ada informasi yang tersaji. Kondisi ini disebut juga dengan istilah negentropi”. (Kriyantono, 2006 : 379)

Untuk mengurangi ketidakpastian, dibutuhkan paling sedikit dua alternatif pilihan, sebab jika hanya satu yang diperlukan berarti namanya sudah pasti. Littlejohn menguraikannya :

> *”Information can be thougth of as the number of choices, or alternatif, avaible to person in predicting the outcome or situation. In a complex situation of many possible outcomes, more information is avaible than in a simple situation withfew outcomes”*. (Sejumlah pilihan, alternatif yang tersedia bagi seseorang untuk memprediksi hasil dalam situasi. Dalam situasi yang kompleks di mana banyak kemungkinan hasilnya, lebih

banyak informasi bisa didapatkan dibanding dalam situasi yang sederhana dengan sedikit hasil). (Kriyantono, 2006 : 379)

Menurut Wayne Pace dan Don F. Faules dalam bukunya Komunikasi Organisasi, melihat "Manusia sebagai pemproses informasi", dimana manusia terlibat dalam suatu proses berkesinambungan interaksi dan pertukaran dengan konteks, menerima, menafsirkan, dan bertindak berdasarkan informasi yang diterima, dan dengan demikian menciptakan suatu pola baru informasi yang mempengaruhi perubahanperubahan dalam bidang tersebut secara keseluruhan.

2.1.8.1 Sumber informasi

Informasi meliputi beberapa sumber yang bisa digunakan. Sumber-sumber itu bisa bisa di katagorikan ke dalam dua dimensi. Yaitu, sumber personal dan sumber impersonal. Dari dua kategori tersebut bisa juga dikelompokan ke dalam sumber informasi yang dikendalikan oleh pemasar dan yang tidak dapat dikendalikan.

Sumber informasi personal yang bisa dikendalikan oleh pemasar meliputi petugas penjualan, pemasaran jarak jauh (telemarketing) dan pameran dagang. Sumber informasi personal yang tidak bisa dikendalikann oleh pemasar misalnya komunikasi dari mulut ke mulut *(World-of-mouth)* yang bersumber dari teman, tetangga dan keluarga, saran profesional (konsultan), serta pengalaman mengkonsumsi.

Kategori informasi impersonal yang bisa dikendalikan oleh pemasar meliputi iklan, tata letak di toko, promosi penjualan dan pengemasan. Sedangkan informasi impersonal yang tidak bisa.

2.2 Kerangka Pemikiran

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

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang peranan komunikasi ketua komunitas dalam memberikan edukasi dan informasi melalui kegiatan gathering. Oleh karena itu di penelitian ini peneliti ingin mengetahui Peranan Komunikasi oleh Ketua Komunitas Bandung Barat Musang *Community* Pada peserta *gathering* dalam memberikan edukasi dan informasi melalui kegiatan, pesan, Media, dan Hambatan yang digunakan pada kegiatan gathering Komunitas Bandung Barat Musang Community.

Dari Penelitian ini peneliti mengambil fokus penelitian tentang peranan komunikator Menurut Onong Uchjana Effendy (2004),

Menyatakan bahwa : Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau prilakunya.(Effendy, 2004:16)

Maka Penelitian menetapkan sub fokus peneliti untuk menganalisa fokus penelitian mengenai penjelasan setiap sub fokusnya adalah sebagai berikut :

1. **Kegiatan**

   Kegiatan seperti apa yang akan dilaksanakan oleh bandung barat musang *community*.

2. **Pesan**

   Pesan seperti apa yang akan disampaikan melalui kegiatan tersebut pada peserta *gathering* yaitu sifat dari pesan tersebut dan bentuk penyampaiannya seperti apa.

3. **Media**

   Media apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada peserta gathering, apakah media tersebut efektif agar tidak terjadinya *miss communications* dalam penyampaian pesan kepada peserta *gathering*.

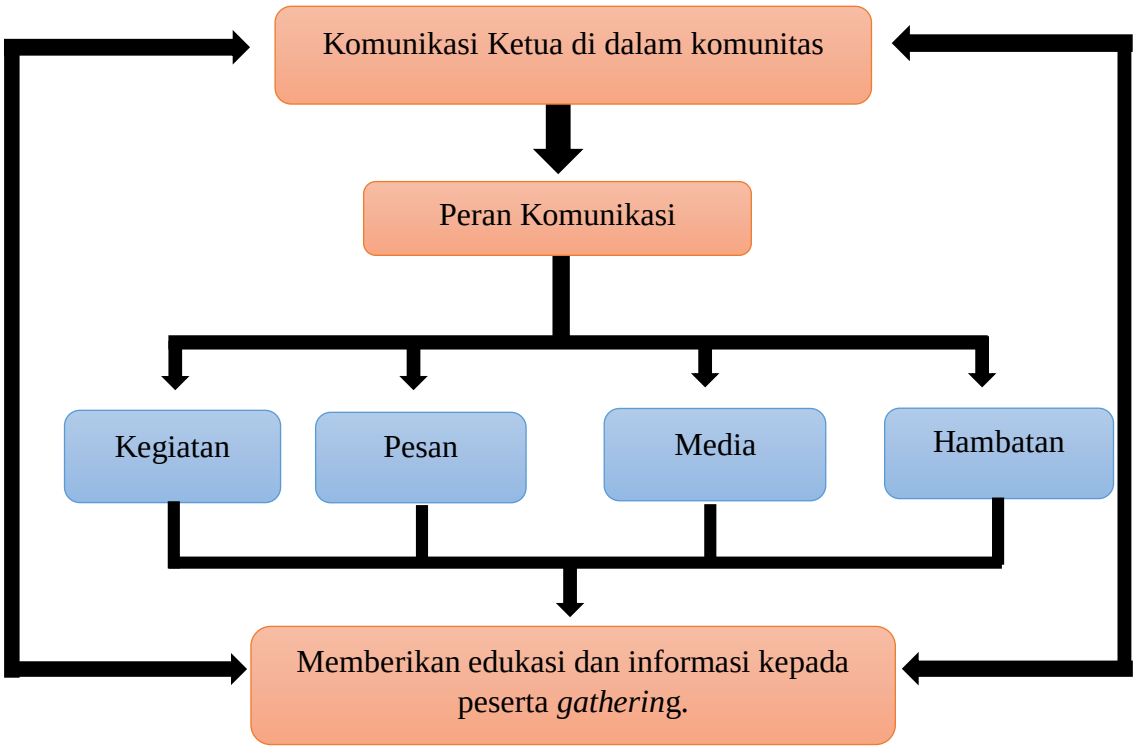
4. **hambatan**

   Hambatan seperti apa yang terjadi saat penyampaian pesan kepada peserta *gathering*.

Dari penjelasan diatas, peneliti mencoba mengaplikasikannya dalam gambar mengenai kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.1

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Peneliti 2018