BAB III

TINJAUAN TEORITIS TERHADAP KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN SOLIDARITAS ANGGOTA

A. Pengertian Pola Komunikasi

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dalam pola komunikasi ada beberapa proses pola komunikasi, antara lainnya:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komuikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa) dan pesan nonverbal (kial, *gesture*, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya) yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

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. Proses komunikasi, pertama-tama komunikator mengirim sandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Hal ini berarti komunikator mempermulasikan pikiran atau perasaannya kedalam lambang(bahasa) yang di perkirakan akan dimengerti oleh

komunikan. Kemudian, komunikan menerjemahkan pesan dari komunikator. Dengan demikian, ia menafsirkan, lambang yang mengandung pikiran dan perasaan komunikator dalam konteks pengertian. Hal yang penting dalam proses penyediaan (*coding*) adalah komunikator dapat mengirim sandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut.(terdapat kesamaan makna).[1]

Setiap orang dapat menerapkan makna individual pada simbol tertentu. Misalnya pernyataan:"hari ini cerah sekali" dapat menggambarkan keadaan cuaca yang betul-betul cerah atau bisa juga mencerminkan keadaan hati yang bahagia. Bentuk yang paling umum dari bahasa verbal manusia ialah: bahasa terucapkan. Bahasa tertulis adalah sekedar cara untuk merekam bahasa terucapkan dengan membuat tanda-tanda pada kertas maupun pada lembaran tembaga dan lain-lain. penulisan ini memungkinkan manusia untuk merekam dan menyimpan pengetahuan sehingga dapat digunakan dimasa depan atau ditransmisikan kepada generasi-generasi berikutnya.[2]

Suatu hal yang sala bila dikatakan bahwa kata-kata mempunyai makna dalam dirinya (dalam kata itu sendiri). Lebih tepat untuk dikatakan bahwa yang mempunyai makna adalah orang-orangnya dan kata kata hanya sekedar menyimpan makna pada orang-orang karenanya, kata bisa sama persis, tetapi artinya berlainan menurut orang-orang bebeda budaya. Hal ini disebabkan kata kata atau bahasa terkait konteks latar belakang sosial budaya.

---

[1] Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Sosial*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), p.214-215.

[2] Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi Sosial*,...p.214-217

Oleh karna itu, di duia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, dengan mengherankan bila terdapat kata-kata yang kebetulan sama atau hampir sama dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama konsekuensiya, dua orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama.

Memberi pesan verbal memang sangat tergantung latar belakang sosial budaya seseorang. Dalam proses memberi makna seringkali terjadi semacam pecampur-adukan fakta dan penafsiran (dugaan) msalah ini akan berdampak pada kekeliruan pemaknaan. Makna dapat pula di golongkan ke dalam makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah makna yang sebenarnya faktual, sebagaimana didefinisikan di dalam kamus. Sedangkan makna konotatif lebih bersifat pribadi yakni makna diluar referen rujukan obyektifnya dan lebih bersifat khusus, seubjektif, emosional, dan relatif. Jadi ketia kita berbicara kepada orang lain, orang lain itulah yang memberi makna kata-kata yang kita bicarakan. Komunikasi sosial budaya akan berjalan lancar tatkala kata-kata yang kita ucapkan dapat diberi makna oleh orang lain sebagaimana makna yang kita harapkan. Akan tetapi kenyataan tidak selalu demikian, bisa jadi suatu kata yang berbeda justru merujuk makna yang sama. Kata “bebek” dapat bermakna jenis binatang tetapi dapat pula bermakna jenis kendaraan roda dua.

Manusia secara kodrat mempunyai hasrat selalu ingin tau, begitu pula ketika kita mendengar ada kosakata yang baru, kata

ingin mengetahuiartinya, dan kemudian dapat menerapkannya dalam komunikasi.[3]

Komunikasi nonverbal, merupakan kata yang sedang populer saat ini. Setiap orang tampaknya tertarik pada pesan yang di komunikasikan oleh gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, sosok tubuh, penggunaan jarak (ruang) kecepatan dan volume bicara, bahkan juga keheningan. Kita juga ingin bisa mengendalikan komuikasi nonverbal kita sendiri sehingga kita dapat berkomunikasi secara lebih efektif. Eksekutif muda ingin belajar bagaimana mengkomunikasikan status, kekuasaan, dan kekuatan. Jelas ini semua merupakan tujuan yang penting. Sayangnya, komunikasi nonverbal begitu kompleks sehingga tidak mudah bagi kita untuk mencapai tujuan tersebut. Apalagi, kita tidak mempunyai cukup pengetahuan yang memungkinkan kita membaca pikiran seseorang dari gerak-gerik, sosok tubuh, atau ekpresi wajah. Kita juga tidak mempunyai pengetahuan yang cukup tentang komunikasi nonverbal untuk menetapkan aturan yang jelas mengenai komunikasi nonverbal yang menyangkut status atau kekuasaan. Tetapi, belakangan ini kita telah belajar banyak tentang komunikasi nonverbal dan kaitannya dengan sejumlah besar karakteristik penting, seperti status, persuasi, kredibilitas, kontrol, persahabatan, dan wewenang. Kita membahas banyak dari pandangan-pandangan ini dalam unit dan tiga unit berikutnya.

---

[3] Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Cet 1, p.136-140.

Dalam mempelajari bahan ini,tujuan kita seharusnya realistis. Ada tiga tujuan dari bagian mengenai fungsi komunikasi nonverbal ini:

a. Kita berusaha meningkatkan pemahaman kita mengenai sifat dan fungsi komunikasi nonverbal.
b. Kita harus meningkatkan pemahaman terhadap diri sendiri dan terhadap orang lain sebagai komunikator nonverbal.
c. Kita berusaha meningkatkan kemampuan kita untuk berkomunikasi secara lebih efektif sebagai pengirim dan peneriam pesan-pesan nonverbal.[4]

Budaya dapat mempengrauhi cara kita menginterpretasikan informasi yang diberikan oleh lawan bicara baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi memainkan peranan penting dalam pemahaman kita terhadap budaya dan pengaruh budaya dalam prilaku manusia sehari-hari. Pemahaman akan simbol-simbol dan penggunaan simbol-simbol dalam kehidupan manusia, membedakan manusia dari makhluk-makhluk lainnya.[5]

Nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya. Jadi pesan nonverbal adalah pesan-pesan komunikasi yang terbentuk gerak-gerik, sikap, dan lain sebagainya bersifat simbolik, suara dan lambang atau simbol lain yang mengandung

---

[4] Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2011), p.172-193.

[5] Sarlito W. Surwanto, *Psikologi Lintas Budaya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Cet. 2, p. 59-65.

arti. Hal inilah yang membedakan komunikasi nonverbal dengan komunikasi verbal. Dalam komunikasi verbal, pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan berbentuk kata-kata baik yang disampaikan secara lisan maupun secara tulisan. Pada setiap kegiatan komunikasi, lamang-lambang verbal dan nonverbal merupakan suatu kesatuan yang tak terpisahkan keduanya secara bersama-sama menciptakan suatu makna.

Seperti halnya pada penyampaian pesan verbal, pesan nonverbal juga disampaikan karna didorong atau dimotivasi oleh hal-hal atau keinginan-keinginan tertentu. Misalnya, ketika seseorang tersenyum, menangis, menunjukan jam, melambaikan tangan, perilaku-perilaku dan keinginan-keinginan tertentu. Keinginan-keinginan tersebut biasanya untuk menggambarkan perasaan atau emosi seseorang kepada orang lain.

Dalam kehidupan sehari-hari untuk dapat memahami perilaku-perilaku nonverbal dari orang yang kita ajak berkomunikasi memang tidak mudah. Hal ini, selain karena jenis dan jumlah isyarat nonverbal sangat beraneka ragam dan banyak juga dipengaruhi oleh nilai dan norma yang berbeda-beda pada orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya berlainan. Kita dapat membayangkan dan merasakan sendiri bagaimana wajah manusia dapat menghasilkan ratusan macam ekspresi yang berlainan, gerakan tubuh manusia juga dapat menghasilkan isyarat-isyarat yang beraneka ragam dan berlainan. Begitu pula dengan penggunaan lambang-lambang non-verbal lainnya.

Dalam kegiatan komunikasi, pemahaman terhadap ekspresi wajah sangat penting karena melalu ekspresi wajah kita dapat

melihat atau membaca makna suatu pesan sehingga kita dapat memperkirakan apakah ada kesesuaian dengan pesan verbal yang disampaikannya. Biasanya apa yang diungkapkan seseorang melalu ekspresi wajahnya adalah suatu ungkapan yang jujur, sepontan, dan dapat dipercaya, memperlihatkan reaksi terhadap sesuatu atau pesan dengan obyektif.[6]

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media masa (surat kabar, televisi, radio, dan sebagainya) dan media nirmasa (telepon, surat, megapon, dan sebagainya).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan sebagainya adalah media kedua yang sering digunakan dalam berkomunikasi.[7]

Kehadiran teknologi tidak pelak memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Pagi hari bnayak orang yang di bangunkan dari tidur oleh alarem jam, banyak juga yang yang kemudian

---

[6] Suranto Aw, *Komunikasi...*, p. 153-156.
[7] Bambang Syamsul Arifin, *Psikologi...*, p.215.

menghidupkan televisi, menyalakan *handphone* atau komputer untuk memeriksa *email* atau melihat pesan di *facebook*. Manusia menggunakan teknologi ketika bekerja sepanjang hari dan bahkan menjelang tidur. Kita sadar atau tidak sadar menjadi tergantung kepada teknologi.

Media elektronik memeprluas persepsi orang yang melampaui batas-batas tempat dimana mereka berada pada setiap saat sehingga menciptakan" desa global" pada saat bersamaan, sebagaimana media cetak, media elektronik mampu menyiman informasi dan karena sifatnya yang lebih cepat tersedia, makan media elektronik dapat menciptakan ledakan informasi. Kehadiran teknologi elektronik telah menghilangkan sekat dinding pemisah di antara manusia yaitu seperti:

1. Telepon: berbicara tanpa dinding
2. Fotografi: museum tanpa dinding
3. Cahaya: ruang tanpa dinding
4. Film, radio dan TV: ruang kelas tanpa dinding
5. Phonograph: (alat pemutar lagu) gedung pertunjukan musik tanpa dinding.[8]

Komunikasi adalah suatu keadaan dimana proses komunikasi dalam oprasionalnya berkaitan antara suatu subsistem dengan subsistem yang lain. dalam sistem komunikasi media cetak diperlukan dukungan dari subsistem yang lain, seperti reporter, percetakan, pembaca, iklan dan sebagainya. Demikian juga dalam sistem komunikasi elektronik radio dan televisi akan melibatkan

---

[8] Morisan, Andy Corry, Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2010), p. 32-36.

subsistem penyiar, *cameramen,* pendengar atau penonton dan teknisi. Dalam konteks yang lebih luas misalnya negara, maka sistem komunikasi memiliki kaitan dengan subsistem yang lain seperti kebijaksanaan politik, kebijaksanaan ekonomi, kebijaksanaan tenaga kerja, termasuk monopoli dan sistem kepemilikan oleh negara. Jadi, sistem komunikasi tidak hanya terpokus pada media masa akan tetapi termasuk sistem komunikasi lisan yang mengendaki agar setiap orang memilki hak kebebasan untuk bisa berbicara dan menyatakan pendapat.

Sedangkan sistem komunikasi interpersonal juga makin penting peranannya, tidak saja karena efektifnya dalam mengubah prilaku manusia, tapi juga makin interaktif dengan penggunaan teknologi selluler. Sistem komunikasi interaktif ini mencoba mengubah arus informasi yang sifatnya dari satu kepada banyak, tapi dari satu kesatu dan dari banyak kebanyak.

Persoalan pokok dalam sistem komunikasi ini adalah para pembuat kebijaksanaan komunikasi belum banyak menyadari bahwa aspek-aspek yang kontradiktif dari proses komunikasi supaya dapat dilakukan lebih banyak analisis yang lebih seksama tentang efek positif dan negatifnya, serta penggunaan komunikasi yang lebih fungsional.[9]

Prinsip-prinsip yang menonjol dalam hiburan adalah kesenangan yang tertanam dan menjelma dalam kehidupan manusia, sehingga pada saat lain akan menjelma membentuk budaya manusia. Dan akhirnya kesenangan itu menjadi larut dalam

---

[9] Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Sistem Komunikasi,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Cet. 2, p.16

kebutuan manusia yang lebih besar, bahkan kadang lebih menjadi eksistensi kehidupan manusia. Kesenangan juga membuat manusa manja dan terbiasa dengan kehidupan yang aduhai dan serba mengagumkan. Konteks sosial semacam ini lebih cenderung membawa manusia dalam dunia yang serba tipuan. Maksudnya, kadang kefanaan manja disitu tujuan yang lebih konkret dari apa yang di perjuangkan oleh manusia itu sendiri. Dan disaat dunia tipuan ini dapat dimanipulasi oleh industri, maka tipuan itu menjadi abadi dalam dunia fana.[10]

Film, musik, radio, bacaan, dan TV mengajarkan kepada mereka bahwa seks itu romantis, merangsang dan menggairahkan demikian salah satu gaya hidup yang di tawarkan media. Media masa komersial amat mempercepat dan mendiversifikasikan pengaruh kekuasaan budaya. Kekuasaan budaya, saya maksudkan disini kemampuan untuk mendefinisikan suatu situasi secara budaya. Kekuasaan budaya adalah kemampuan individu dan kelompok untuk memperoduksi makna dan membangun cara hidup yang menarik bagi indra, emosi, dan pemikiran mengenai diri sendiri dan orang lain. kekuasaan budaya dijalankan ketika orang-orang menggunakan tampilan-tampilan simbolik, termasuk asosiasi-asosiasi idiologis dan budaya yang sistematik, stuktur otoritas, dan praturan yang mendasarinya, dalam strategi aksi budaya.

Memang benar bahwa citra-citra simbolik melalui media mula-mula dikuatkan secara budaya dengan cara lembaga seponsor

---

[10] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Penada Media Grup, 2011), p. 51.

mengorganisir dan menyediakan citra-citra itu. Tak heran kalau produksi makna dan nilai-nilainya juga dikuasi dan dikondisikan oleh agen-agen tersebut, yang legitimasi kekuasaannya dimotori oleh sistem komunikasi massa.[11]

Setiap komunikasi manusia terdiri dari serangkaiansistem yang di gabung menjadi rantai. Sistem diartikan sebagai segala bagian dari rantai informasi yang bisa terwujud disuatu keadaan atau lebih dimana suatu kejadian atau lebih bisa terjadi. Sistem komunikasi bisa berupa kabel telepon, udara, atau saraf penglihatan manusia. Sistem tidak hanya meliputi saluran informasi tetapi juga sumber pengirim (*transmitter*) penerima, dan sasaran. Keadaan suatu sistem bergantung pada keadaan sistem tang ikut bergabung. Jika gabungan ini putus, informasi tidak terkirim.

Sistem komunikasi bisa berhubungan atau tidak berhubungan sistem yang berhubungan bisa terjadi pada keadaan yang serupa. Pengirim atau tombol telegraf dan penerima atau koil magnet menerima dan mengulangi serangkaian titik dan garis suara yang terjadi pada pengirimannya. Sistem yang tidak berhubungan tidak bisa muncul dalam kedaan yang identik. Informasi yang diberikan kepada oprator telepon tidak berhubungan dengan pesan yang dikirim, juga pesan yang dikirim tidak identik dengan arus dalam kabel atau radiasi yang di salurkan melalui udara dalam radio telegrafi.

---

[11] Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), Cet.1, p.138.

Media massa biasanya mempunyai ciri keluaran yang relatif tinggi dengan masukan yang rendah. Atau dengan kata lain, media massa adalah corong yang kuat hanya sedikit orang yang membuat berita, hiburan, iklan, dan humas yang dilihat, didengar, atau dibaca oleh jutaan orang. Inilah sekedar aspek lain dari revolusi industri dimana lewat penggunaan dimana lewat penggunaan teknologi modern, pekerja dalam dalam jumlah yang relatif kecil bisa memproduksi barang yang di perlukan oleh konsumen dalam jumlah yang jauh lebih besar. Ini merefleksikan aplikasi efesiensi ekonomi perusahaan untuk menciptakan dan mendistribusikan komuditas yang di sebut informasi. Media massa itu sendiri banyak orang, dan seperti halnya dengan kelompok pada umumnya, jaringan komunikasi harus dibangun dan dipertahankan agar kelompok itu berfungsi dengan baik. Jaringan komunikasi sama pentingnya di semua kelompok di masyarakat seperti halnya di komunikasi elektronik dan mekanik. [12]

Media masa sebagai saluran komunikasi, misalnya prubahan sosial, dilandasi oleh cara pandang para perencanaan komunikasi itu sendiri terhadap media massa yang akan digunakan. Untuk merumuskan cara pandang terhadap media masa tergantung pada sejauh mana pemahaman mereka tentang kelebihan dan kekurangan suatu media, ditinjau dari kebutuhan dalam mencapai tujuan komunikasi. Dalam hal ini perencanaan harus memiliki

---

[12] Werner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa,* (Jakarta: Kencana, 2009), Cet. 4, p.62.

persepektif yang jelas tentang fungsi dan kedudukan media dalam perencanaan mereka.

Persepektif terhadap media massa artinya konsep cara pandang para perencanaan komunikasi terhadap media yang akan digunakan sebagai saluran. Cara pandang tersebut berkaitan dengan kelebihan dan kekurangan dari media yang digunakan di bandingkan media lain, keuntungan yang dapat di hasilkan serta faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bila media tersebut disertakan dalam perencanaan. Ketikia memanfaatkan media cetak kita harus memperhatikan karakteristik media, variasi tarif, fungsi-fungsi media pada setiap kelas khalayak, kelompok-kelompok pers atau koran, dan lain lain.[13]

3. Proses Komunikasi Secara Linier

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (menggunakan medium). Pengamatannya adalah bentuk dan sifat hubungan, percakapan, interaksi, dan karakteristik komunikator.

Dalam komunikasi antarpersonal terdapat beberapa hambatan yang mengganggu proses komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a. Bahasa. Dalam komunikasi, peranan bahasa sangat penting karena bahasa merupakan salah satu alat bahwa verbal yang digunakan dalam berkomunikasi. Kesalahpahaman yang

[13] Nina Winangsih Syam, Dadang Sugina, *Perencanaan Pesan Dan Media* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Cet. 8, p.617.

terjadi disebabkan oleh bahasa akan menjadi hambatan dalam komunikasi.

b. Budaya. Perbedaan latar budaya dan tidak adanya titik temu antara satu dengan yang lain dapat menimbulkan kesalahpahaman antarpersonal yang dapat membuat perpecahan.
c. Kebenaran yang semu. Yaitu benar tidak salah pun tidak, dalam sebuah komunikasi harus ada kejelasan ataupun kejujuran agar ada keterbukaan antarpersonal.
d. Penipuan. Dalam sebuah komunikasi, penipuan akan merusak keakraban antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
e. Tujuan yang tidak jelas. Tanpa tujuan yang jelas akan terjadi misskomunikasi yang dapat memecahkan hubungan antara sahabat ataupun hubungan antarpersonal yang lainnya.
f. Salah paham. Kadang-kadang dalam komunikasi terjadi salah paham dalam interpretasi, respon dan asumsi. Kesalahpahaman ini bisa menyebabkan perusakan suatu komunikasi apabila kesalahpahaman terus berlanjut dalam suatu hubungan komunikasi hubungan antarpersonal tersebut akan berakhir. [14]

Dengan mengetahui karakteristik dari komunikasi antarpribadi maka dapat dipahami perbedaan komunikasi antarpribadi dengan bentuk komunikasi lain, seperti komuniikasi

---

[14] Syukriadi Sambas, *Sosiologi Komunikasi,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), Cet. 1, p. 83.

interpersonal, komunikasi kelompok dan komunkasi massa. Karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu terjadi secara sepontan, tidak mempunyai struktur yang teratur dan diatur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu, dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaannya kadang-kadang kurang jelas dan bisa terjaddi sambil lalu.

Karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu dilaksanakan atas dorongan berbagai faktor, mengakibatkan dampak yang disengaja dan yang tidak disengaja, kerak berbalas-balasan, mengisyaratkan hubungan antarpribadi antara paling sedikit dua orang, berlangsung dari suasana bebas, bervariasi dan berpengaruh, dan menggunakan pel dan makna.

Komunikasi antarpribadi mengundang lima karakteristik berikut ini, keterbukaan, empati, dukungan, prasaan positif dan kesamaan arus pesan yang cenderung dua arah, konteks komunikasi antarpribadi adalah tatap muka, tingkat umpan balik yang tinggi, kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi, kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lamban dan efek yang terjadi antara lain perubahan sikap.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Komunikasi berlangsung searah tetapi juga dapat berlangsung dua arah. Komunikasi berlangsung bila dalam proses komunikasi itu tidak ada umpan balik dari komunikan dari komunikator. Dalam proses ini komunikator menerima saja apa yang dikemukakan oleh komunikator, tanpa memberikan respon

balik terhadap pesan yang diterimanya dengan demikian komunikasi lebih bersifat pasif.

Komunikasi yang dua arah adalah komunikasi yang enepatkan komunikan lebih aktif, dalam arti komunikan adapat atau perlu memberikan tanggapan sebagai umpan balik tentang pesan yang diterima dari komunikattor. Dengan demikian, dalam komunikasi dua arah komunikan tidak hanya tinggal menerima saja pesan dari komunikator, tetapi ikut aktif menganalisis, menanggapi apa saja yang dikemukakan oleh komunikator.

Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan tanggapan negatif orang lain tersebut, tetapi justru berusaha menggunakan kewewenangan dan kekuasaan memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang bersal dari komunikator satu arah ini tidak berusaha menjual gagasan agar dibicarakan bersama, namun pada lebih usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya.[15]

B. Pengertian Komunikasi Organisasi

Kerumitan komunikasi kelompok tercermin kepada kemampuannya untuk menembus dan hakikatnya dan kebersamaannya. Komunikasi dapat menembus semua aspek dalam memahami anggota kelompok yang lain. kapanpun anggota kelompok saling melihat, mendengar, mencium, atau menyentuk, pada saat itulah terjadi komunikasi. Selain itu, komunikasi adalah proses kebersamaan, dimana anggotanya menerima, mengirim,

---

[15] Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2003), p. 77.

mengertikan, dan menyimpulkan semuanya pada saat bersamaan. Komunikasi bukan merupakan serangkaian peristiwa dimana anggota kelompok memikirkan suatu pesan mengirimkannya, dan anggota kelompok lain menerimanya. Namun demikian, hakikat komunikasi kelompok yang terjadi pada bnayak orang, menjdikannya sulit untuk menciptakan suatu teori komunikasi kelompok.

Biasanya, contoh komunikasi menggambarkan komunikasi diantara dua orang karena pertukaran pesan antara dua orang pada umumnya lebih teratur dan artinya dapat di pahami dengan mudah. Analisa komunikasi dalam situasi yang terdiri dari dua orang sangat membantu. Namun demikian, analisa tersebut dapat menyesatkan karena tidak menggambarkan kerumitan interaksi kelompok, dimana hubungan yang beragam harus dikembangkan dan ditangani secara bersamaan, dan tidak kehabisan kemungkinan-kemungkinan yang menarik tentang komunikasi kelompok. Dalam situasi komunikasi dua orang, komunikasi yang dilakukan adalah pertukarran komunikasi dua arah. Namun demikian, dalam situasi komunikasi tiga orang, terdapat enam garis komunikasi dalam situasi komunikasi empat orang terdapat dua belas interaksi yang dapat terjadi. Dalam menciptakan suatu konsep yang membatasi komunikasi dalam kelompok yang terdiri dari enam, sepuluh, duapuluh, atau sembilan puluh orang mungkin harus berdasarkan ilmu sosial yang ada sekarang.[16]

---

[16] David W. Johnshon, Frank P. Jhonson, *Dinamika Kelompok Teori Dan Keterampilan*, (Jakarta: PT Indeks, 2012), p. 135-136.

a. William

Komunikasi yang lebih bersifat universal. Yaitu komunikasi proses dengan menggunakan simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti.[17]

Komunikasi organisasi di pandang dari suatu persepektif interperentif subjektif adalah proses penciptaan makna atau interaksi yang merupakan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun setidak-tidaknya suatu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan. Karena fokus kita adalah komunikasi diantara anggota peneleaahan atas banyak transaksiyang terjadi secara setimulan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan diantara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama yang memiliki jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka; yang pikiran, keputusan dan prilakunya, diatur oleh kebijakan-kebijakan regulasi dan aturan-aturan yang mempunyai gaya berlainan dan berkomunikasi mengelola, dan memimpin yang dimotivasi oleh kemungkinan-kemungkinan yang berbeda.

Berada pada tahap perkembangan berlainan dalam berbagai kelompok yang empersepsi iklim komunikasi berbeda, yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dalam tingkat kecukupan informasi yang berbeda pula yang lebih menyukai dan

---

[17] Arini Muhamad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), Cet. 14, p. 3-4.

menggunakan jenis, bentu, dan metode komunikasi yang berbeda yang mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan.[18]

Dalam berbagai literatur dapat di jumpai arti koordinasi dimana disebutkan bahwa koordinasi bersumber pada perkataan bahasa latin *cordination* yang berarti kombinasi atau interaksi yang harmonis di antara anggota organisasi, baik dalam hubungan secara timbal balik maupun secara horizontal diantara para anggota secara timbal balik pula, disebabkan oleh kommunikasi. Demikian, interaksi antara pimpinan organisasi, apakah ia manajer tingkat tinggi atau manajer tingkat menengah dengan khalayak luar organisasi. Seorang pemimpin organisasi atau manajer administrator harus memilih salah satu dari berbagi metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi waktu komunikasi itu dilancarkan.

Komunikasi organisasi terjadi kapanpun setidaknya suatu orang yang menduduki suatu jabatan dalam organisasi menafsirkan suatu pertunjukan. Komunikasi diantara anggota-anggota dalam suatu organisasi, analisis organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara stimulan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan di anatara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama yang memiliki jenis hubungan berlainan yang menghuungkan mereka, yang pikiran keputusan, dan perilakunya di atur oleh kebijakan, kebijakan, regulasi, dan aturan-aturan yang mempunyai gaya berlainan, yang dimotivasi oleh gaya berlainan dalam

---

[18] Wayne Pace, Don F Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Cet. 1, p. 32.

berkomunikasi, mengelola, dan memimpin; yang dimotivasi oleh kemungkinan-kemungkinan yang berbeda; yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dan tinggi kecukupan informasi yang berbeda yang lebih menyukai dan menggunakan jenis, bentuk, dan metode komunikasi yang berbeda dalam jaringan yang berbeda yang mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan dan yang mebutuhkan penggunaan tingkat materi dan energi yang berbeda untuk komunikasi efektif. Interaksi di antara semua faktor tersebut, dan mungkin lebih banyak lagi, disebut dengan sistem komunikasi organisasi.[19]

Budaya organisasi sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi yang di temukan, diciptakan, atau di kembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi external dan integrasi internal yang sudah berjalan dengan cukup baik sehingga perlu di ajarkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan berkenan dengan masalh-masalah tersebut.[20]

Dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat komunkasi adalah sarana yang dapat mempertemukan kebutuhan dan tujuan kita sendiri dengan kebutuan dan tujuan pihak lain. di dalam organisasi yang lebih besar masyarakat dan komunitas dunia, komunikasi menyediakan jaringan hubungan yang memungkinkan

---

[19] Wayne Pace, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), p.31-32.

[20] Asri Laksamana Riani, *Budaya Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), p. 6.

kita untuk melakukan aksi bersama, dan pembangunan kepemimpinan. Pentingnya pengorganisasian pesan bagi penerima informasi adalah nyata dalam berbagai setting. Dalam sebuah gambar atau sebuah laporan, penyusunan elemen dapat dapat memiliki dampak subtentif bagi tampilan kesan secara keseluruhan. Mengatur material di dalam database juga penting untuk sesuai jenis barang dan kegunaannya. [21]

Sebagai anggota kelompok, cara kita berkomunikasi dengan orang lain juga di pengaruhi oleh norma yang berlaku. Seorang prajurit akan memberi hormat dengan cara berdiri tegak, pandangan lurus kedepan seraya mengangkat telapak tangan ke kening kepada komandannya di kelompok kerja mereka yaitu institusi militer. Tetapi ketika ia berada didalam kelompok masyarakat pedesaan di jawa, untuk memberi hormat kepada orang yang di tuakan memilih cara yang berbeda, yaitu dengan cara membungkukan ke bawah, nada suara lembut. [22]

Hasil kelompok juga ditentukan oleh distribusi partisipasi anggota-anggotanya. Dari segi komunikasi, makin besar kelompok, makin besar kemungkinan sebagian anggota tidak mendapat kesempatan berpartisipasi dalam kelompok yang besar, partisipasi akan makin memusat pada orang yang memberikan kontribusi terbanyak. Komunikasi akan lebih tersentralkan pada orang-orang

---

[21] Ibnu Hamad, *Komunikasi Dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: Rajawali, 2014), Cet.2. p.17-122.

[22] Suranto Aw, *Komunikasi*..., p.117.

tertentu. Jumlah orang yang tidak memberikan kontribusinya, akan makin bertambah dengan bertambahnya jumlah anggota. [23]

Strategi komunikasi bisa diartikan sebagai rencana menyeluruh dalam mencapai suatu target meskipun tidak ada jaminan akan keberhasilannya. Strategi memang banyak digunakan dalam dunia. Namun, di bidang lain pun tampaknya banyak juga yang menggunakan meskipun dalam arti yang berbedan dan tujuan yang berbeda. Didalam dunia komunikasi, strategi berarti rencana menyeluruh dalam mencapai tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan komunikasi dalam hal ini bisa bermacam-macam, bergantung pada medan komunikasi yang di sentuhnya, misalnya komunikasi intruksional bertujuan untuk membelajarkan pihak sasaran (komunikan), komunikasi pembangunan bertujuan akan tercapai masyarakat adil dan makmur melalui pemerataan informasi yang bersifat membangun.

Karena dalam strategi terliput kegiatan perencanaan, maka pada praktiknya tercetus oprasionalisasi kegiatan tersebut. setiap kegiatan yang mendukung proses tercapainya tujuan-tujuan tadi dapat dilihat jelas. Contoh kegiatan-kegiatan yang dapat dimasukan kedalam strategi komunikasi ialah kegiatan persiapan, kegiatan penganggaran, kegiatan pada tahap pelaksanaan, dan kegiatan penyempilan atau penutup, termasuk juga bagian penjelasan dari masing-masing kegiatan tadi. Memotivasi sasaran agar selalu siap dan tertarik pada suatu pokok masalah (topik), mempersiapkan peralatan dalam kegiatan komunikasi, juga

---

[23] Jalaludin Rakhmat, *Pisikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), Cet.24, p.160.

merupakan contoh-contoh kegiatan yang dapat di masukan kedalam strategi komunikasi apabila seorang komunikator seperti guru, instruktur, ataupun para praktisi komunikasi lainnya ingin menjelaskan suatu ide atau gagasan, maka salah satu strategi yang harus di terangkannya ialah masalah prinsip dari ide tadi. Prinsip adalah hubungan fungsional antar konsep, dengan demikian mempelajari prinsip berarti mempelajari konsep-konsep.

Selanjutnya, masalah strategi banyak dikaitkan dengan istilah metode, teknik dan taktik, ketiga istilah ini sebenarnya masih dalam lingkungan strategi hanya dua yang trakhir ini memiliki garapan yang lebih praktis, sempit dan rinci, kalau dikatakan strategi komunikasi adalah perencanaan yang menyeluruh tentang kegiatan komunikasi, maka metode berkomunikasi mempunyai arti yang sempit dari dua itu, yaitu prosedur runtut yang digunakan untuk menyelesaikan dan menjelaskan aspek-aspek komunikasi. Contoh metode komunikasi ialah metode oral atau metode komunikasi secara verbal. [24]

Organisasi merupakan sistem yang saling mempengaruhi dan saling bekerja sama antara orang yang satu dengan orang yang lainnya dalam suatu kelompok untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang telah di sepakati bersama. Kata organisasi juga mempunya dua arti umum yaitu:

---

[24] Pawit M Yusup, *Komunikasi Intruksional Teori Dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), p. 228-229.

a. Organisasi yang berarti kelompok yang melakukan fungsi atau tindakan.

Misalnya: rumah sakit, universitas, perusahaan, pemerintah dan sebagainya.

b. Organisasi yang berarti proses mengorganisasi.

Dalam hal ini konsep organisasi adalah merancang dan mengalokasikan pekerjaan diantara orang-orang yang terlibat dalam organisasi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien.

Unsur-unsur organisasi merupakan elemen-elemen yang saling terkait satu dengan yang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu hingga terbentuk organisasi. Unsur-unsur dalam organisasi harus saling bekerja sama dan harus ada dalam setia organisasinya, yaitu:

a. Orang

Dalam suatu organisasi harus ada sekelompok orang yang bekerja dan salah satunya ada yang memimpin organisasi tersebut. tanpa ada pemimpin dari seseorang, maka organisasi tersebut tidak akan berjalan dengan baik. Misal yang memimpin suatu organisasi atau perusahaan adalah direktur utama dan dibawah nya ada direktur bagian pemasaran, direktur produksi, direktur bagian personalia dan lain sebagainya.

b. Tujuan

Dalam organisasi harus ada tujuan yang akan dicapai, baik itu dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Misalkan tujuan jangka pendek adalah perusahaan sepatu adalah merebut pasar 10% dari setiap propinsi di suatu negara. Sedangkan tujuan

jangka panjang, misalnya pemasaran sepatu dalam jangka 5-10 tahun bisa di perluas di seluruh benua dan daratan asia.

c. Posisi

Setiap orang yang ada dialam organisasi akan menempati posisi atau kedudukan masing-masing. Ada yang menempati posisi direktur utama, ada yang menempati kepala bagian dan seterusnya sampai posisi karyawan atau staf. Dimana masing-masing harus saling bekerja sama kalau ingin tujuan organisasi tersebut dapat dicapai.

d. Pekerjaan

Setiap orang yang ada didalam organisasi tersebut mempunyai job atau pekerjaan masing-masing sesuai dengan posisi yang dimiliki. Misalnya, bagian gudang akan bertugas mengecek barangyang ada dalam gudang., mengeluarkan barang yang ada didalam gudang untuk pesanan dan penjualan dan sebagainya.

e. Teknologi

Setiap organisasi dalam mencapai tujuan baik itu jangka pendek ataupun jangka panjang, pasti membutuhkan teknologi untuk membantu dalam pengolahan data untuk menjadi suatu informasi. Teknologi itu bisa berupa perangkat keras komputer, perangkat lunak komputer, dan perangkat manusianya sendiri.

d. Struktur

Struktur organisasi merupakan pola yang mengatur pelaksanaan pekerjaan dari setiap orang yang ada dalam organisasi tersebut. struktur ini juga yang mengatur hubungan kerja sama

antar setiap orang yang ada didalamorganisasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.

Dalam organisasi, pengelompokan orang-orang sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan dan dengan tujuan yang sama dinamakan departemen atau divisi. Bagan organisasi (organization chart) menunjukan bagaimana departemen-departemen yang ada akan di koordinasi sesuai dengan jalur wewenang yang dimiliki. Bagan organisasi adalah penggambaran struktur kerja dan sebuah organisasi, dimana didalamnya menunjukan hubungan wewenang dan tanggung jawab serta deskripsi pekerjaan yang harus dilakukan. Deskripsi pekerjaan merupakan rincian posisi, tanggung jawab, wewenang dan tugas-tugas yang harus dikerjakan orang dalam suatu organisasi. [25]

C. Pengertian Solidaritas Dan Keanggotaan

Pembedaan ini tidak mutlak hampir semua proses penularan kolektif di pengaruhi oleh dan memperkenankan suatu manifestasi prasaan antara pribadi. Memberi dukungan dan mendorong adalah bentuk-bentuk tingkah laku yang dapat diikutsertakan baik dalam sistem intelektif maupun dalam sistem antar pribadi, apabila dukungan atau dorongan di arahkan kepada pendapat usulan atau saran-saran anggota lain sistemnya mungkin akan bersifat intelektif. Apabila dukungan dan dorongan diarahkan kepada anggota kelompok lain dalam kedudukannya sebagai

---

[25] Andri Kristanto, *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*, (Yogyakarta: 2008), Cet 1, p.21-23.

pribadi mungkin sistemnya bersifat antar pribadi. Sistem intelektif memeberi tekanan pada tingkah laku anggota kelompok yang terutama di tunjukan untuk menyelesaikan tugas, memecahkan masalah, atau merumuskan penilaian kolektif. Sedangkan sistem antar pribadi menekankan tingkah laku komunikatif anggota yang ditunjukan untuk peningkatan, pemeliharaan atau ekspresi hubugan prasaan antar anggota dalam kelompok atau antar anggota dengan kelompk sebagai kesatuan.[26]

Apabila seseorang akan masuk dalam suatu kelompok, pada umumnya ia tidak serta merta masuk dalam kelompok yang bersangkutan, tetapi ada tahapan-tahapan tertentu. Ada beberapa tahapan dimana orang akan masuk dalam kelompok yaitu:

a. *Persepective Member*

Dalam tahapan ini, baik calon anggota maupun kelompok yang akan dimasuki, masing-masing mengadakan evaluasi atau penilaian. Calon anggota akan melihat hal-hal yang menguntungkan, selain yang merugikan dari kelompok yang bersangkutan. Demikian pula, kelompok yang akan dimasuki memberikan informasi-informasi yang sekiranya dibutuhkan oleh calon anggota. Kemudian, kelompok pun mengevaluasi calon anggota tentang hal-hal yang dibutuhkan oleh kelompok.

b. *New Member*

Anggota baru akan menyesuaikan diri dengan hal-hal yang dituntut oleh oleh kelompok. Pada umumnya, anggota status dan

[26] Alvin A Goldberg, Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2006), p. 117.

peran dalam kelompok belum mendapatkan status dan peran yang cukup penting.

c. *Full Member*

Anggota sudah cukup mapan dalam kelompok, sehingga memungkinnya memperoleh status dan peran yang berbeda dengan saat berkedudukan sebagai *new member*.

d. *Marginal Member*

Dengan perkembangan yang ada, ada kemungkinan anggota mempunyai keraguan terhadap kelompok yang bersangkutan. Anggota mungkin sudah tidak cocok dengan norma-norma yang ada didalam kelompok, sehingga ia tidak sepenuh hati berada didalam kelompok yang bersangkutan.

e. Ex-Member

Anggota yang bersangkutan sudah tidak terkait pada kelompok semula dan ada kemungkinan ia pindah ke kelompok lain. hal-hal baik akan menjadi menyenangkan, sebaliknya hal tidak baik akan menjadi kenanganyang tidak menyenangkan.[27]

Kelompok cenderung melakukan tekanan paling berat kepada anggota baru, yang belum mengetahui hak-hak untuk berbeda dari norma-norma kelompok. Meskipun demikian, banyak penyimpangan besar yang diperbolehkan bila dilakukan oleh anggota persaudaraan yang termasuk kalangan atas. Kelompok-kelompok yang tinggi tingkat kepaduannya cenderung melakukan tekanan konformitas yang kuat. Tampaknya, semakin erat ikatan

[27] Bimo Walgito, *Psikologi...*, p.15-16.

dalam kelompok semakin besar penolakan para anggotanya untuk mengizinkan siapapun menjadi anggota bila tidak mau menganut nilai-nilai mereka. Para anggota yang paling berwibawa cenderung memiliki ciri-ciri yang dinilai tinggi oleh kelompok itu. [28]

[28] Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss, *Human Communication Konteks-Konteks Komunikasi*, (Bandunsg: PT Remaja Rsosdakarya, 2005), Cet. 4, p. 71.