

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan bagian penting yang tak terpisahkan dalam sebuah penelitian. Tinjauan Pustaka ialah uraian singkat tentang hasil penelitian-penelitian terdahulu. Untuk membantu penulis dalam menyusun penelitian ini. Peneliti menjadikan hasil skripsi, serta jurnal dari peneliti lain yang judulnya berkaitan dengan apa yang peneliti tulis agar dapat dijadikan pendukung dan bahan perbandingan.

Pertama, Jurnal yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Bojonegoro dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan”** Jurnal Komunikasi Pembangunan. oleh Wulan Ramadhani dan Edy Prihantoro Tahun 2020.¹⁶ Persamaan ini adalah sama sama meneliti tentang Strategi Komunikasi dari Pemerintahan dan pembangunan infrastruktur untuk memfasilitasi masyarakat. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yaitu peneliti meneliti tentang peran Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat dalam mencapai target SDGs di bidang pendidikan dengan membangun fasilitas pendidikan yang terjangkau di setiap jenjang pendidikan, sedangkan penulis meneliti tentang Bagaimana Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi Strategi Komunikasi BPBD dalam Penyaluran bantuan di wilayah Muara Enim.

Kedua Jurnal yang berjudul **“Kinerja Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Manado dalam upaya penanggulangan korban Bencana Banjir”** Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan. Oleh Biyan Anugrah Awusi, Herman Nayoan, Jones Tompodung Tahun 2018. Teknik analisa data yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif sesuai dengan data dan fakta dilapangan,

¹⁶ Wulan Ramadhani, et all, *Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintahan Kabupaten Bojonegoro dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*, Jurnal Komunikasi Pembangunan, Depok, Indonesia, 2020.

dimaksudkan untuk mengkaji secara menyeluruh permasalahan penelitian Persamaan Penelitian ini adalah sama sama menanggulangi Bencana Banjir. Perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti meneliti tentang tingkat kinerja indikator alat/sarana yaitu didapatkan hasil sebesar 65 %. Ini menggambarkan bahwa tingkat persetujuannya masih rendah dari yang diharapkan 65% yang menunjukkan bahwa masih minimnya alat/sarana penanggulangan bencana banjir dari BPBD kota Manado.¹⁷ sedangkan Penulis Meneliti tentang Strategi Komunikasi BPBD Prov Sumatera Selatan dalam koordinasi penyaluran bantuan Kaji Cepat Pasca Bencana Banjir Bandang di Wilayah Muara Enim di tahun 2023 oleh Bidang Penanganan Darurat BPBD Prov. Sumatera Selatan.

Ketiga Jurnal yang berjudul “**Strategi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dalam pengurangan risiko Bencana Alam di Kabupaten Bima**” Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan. Oleh Haeril, Taufik Ifradat, Mas’ud tahun 2022. Sebagai leading sector dalam upaya penanggulangan bencana, BPBD bertindak sebagai koordinator, fasilitator, motivator, sekaligus pelaksana program-program. Persamaan Penelitian ini adalah sama sama membahas tentang strategi dari lembaga Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sesuai dengan data dan fakta dilapangan. Perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti menulis Strategi dalam pengurangan risiko bencana alam yang terjadi di kabupaten bima sedangkan penulis meneliti tentang bagaimana perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari strategi komunikasi BPBD dalam penyaluran bantuan logistik pasca Bencana Banjir di wilayah Muara Enim.¹⁸

Keempat Jurnal yang berjudul “**Impelentasi Penyaluran Bantuan Sosial Covid-19 di DKI Jakarta**” Jurnal Ilmu Administrasi Publik. Oleh Roy Morado tahun 2021.

¹⁷ Biyan Anugrah Awusi, et all, *Kinerja Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Manado dalam upaya penanggulangan korban Bencana Banjir*, Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan, Vol. 1 no. 1, 2018

¹⁸ Haeril, et all, *Strategi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dalam pengurangan risiko Bencana Alam di Kabupaten Bima*, Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan, Vol. 3, No. 1, 2022

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research), yakni mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan objek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan.¹⁹ Terdapat penambahan APBN sebesar Rp 110 triliun untuk peningkatan jaminan sosial (bansos). Penyalurannya, antara lain, dengan meningkatkan jumlah penerima manfaat Program Keluarga Harapan (PKH), dari 9,2 juta menjadi 10 juta keluarga. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menyalurkan bantuan kepada masyarakat yang terdampak oleh Bencana. Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi tempat penyaluran bantuan dan bencana yang terjadi di daerah tersebut.

Kelima Jurnal yang berjudul **“Evaluasi Penanggulangan Bencana Kebakaran di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2016-2018)”** Jurnal Pemerintahan dan Politik Tahun 2020 . Oleh Satria Adi Nugraha, Doris Febriyanti, Novia Kencana. peneliti melihat secara langsung proses pemberian pelayanan berlangsung. Dari hasil kuesioner dan wawancara serta yang dilakukan bahwa jawaban responden dari Dinas BPBD serta jawaban responden dari Masyarakat²⁰, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang bencana yang terjadi di Provinsi Sumatera Selatan dan sama sama ingin mengetahui evaluasi yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah dalam menanggulangi bencana yang terjadi di Provinsi Sumatera selatan. Perbedaan penelitian ini adalah jenis bencana dan membahas secara detail evaluasi pada saat penanggulangan bencana Kebakaran di Kota Palembang. Sedangkan penelitian yang dibuat oleh penulis membahas tentang Perencanaan, implementasi dan evaluasi dari penyaluran bantuan logistik pasca Bencana Banjir Bandang di wilayah Muara Enim

¹⁹ Roy Morado, *Impelentasi Penyaluran Bantuan Sosial Covid-19 di DKI Jakarta*, Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Vol. 3, No. 2, 2021, h.129.

²⁰ Satria Adi Nugraha, et all, *Evaluasi Penanggulangan Bencana Kebakaran di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2016-2018*, Jurnal Pemerintahan dan Politik, Vol. 5, No.2, 2020, h.67

B. Kerangka Teori

1. Teori Manajemen Strategi Fred R. David

Menurut Fred R. David dikutip Erlin Kusuma, dkk (2022) menjelaskan bahwa Dalam Teori manajemen strategic milik David mengemukakan tiga tahapan strategi , diantaranya:

a. Perencanaan strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merancang strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal. Menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

b. Implementasi strategi

Setelah meumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut.

c. Evaluasi strategi

Tahapan terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat di ukur kembali untuk penetapan tujuan.²¹

2. Teori Komunikasi Organisasi

Menurut Lubis dan Martani (Lubis dan Martani, 1987) bahwa teori organisasi itu adalah sekumpulan ilmu pengetahuan yang membicarakan mekanisme kerja sama dua orang atau lebih secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Teori organisasi mencari pemahaman tentang prinsip-prinsip yang membimbing bagaimana organisasi-organisasi beroperasi, berkembang dan berubah.

²¹ Erlin Kusuma et all, *Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan pada Program Halte Sampah di Kelurahan Gunung Bahagia*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 2, 2022, h. 44

3. Kajian Tentang Strategi Komunikasi

a. Strategi Komunikasi

Strategi adalah sebuah rencana yang komprehensif mengintegrasikan segala *resources* dan *capabilities* yang mempunyai tujuan jangka panjang untuk memenangkan kompetisi. Strategi akan cukup mudah bagi kita akan menentukan kemana kita mencari. Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.²² Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana dikutip dari Chotijah (2018) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.²³ Dari dua pengertian strategi komunikasi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud adalah suatu rancangan (*planning*) untuk mentransfer ide kreatif seseorang atau kelompok dalam mencapai suatu tujuan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

²² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 2018, h.8

²³ Chotijah, Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut dalam Sosialisasi Pemilu 2024 kepala kelompok Disabilitas di Kabutapen Garut, *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, Vol. 4, No. 1, 2018, h.29

Ada lima tujuan dalam Strategi Komunikasi Sebagai Berikut, *announcing, motivating, educating, supporting, and decision making*.²⁴

1) Memberitahu (*Announcing*)

Announcing adalah pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karenanya informasi yang akan dipromosikan sebisa mungkin berkaitan dengan informasi utama dari semua informasi yang penting.

2) Memotivasi (*Motivating*)

Kita harus bisa mengusahakan agar informasi yang disebarkan harus bisa memberikan motivasi kepada masyarakat atau khayalak yang mendapatkan informasi yang kita berikan.

3) Mendidik (*Educating*)

Tujuan Strategi Komunikasi selanjutnya adalah Edukasi, dimana setiap informasi-informasi yang disebarkan harus disampaikan dalam kemasan edukasi.

4) Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Informasi yang disebarkan haruslah informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasinya tidak hanya sekedar pemberitahuan saja, inilah yang sering kita sebut dengan *Strategy of informing*.

5) Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Dalam membuat sebuah keputusan, maka informasi yang dikumpulkan akan dikategorisasikan dan dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuat keputusan.

c. Fungsi Strategi Komunikasi

²⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018), h.248

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik, karena berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi yang efektif itu banyak ditentukan oleh strategi komunikasinya. Keberhasilan dalam komunikasi sangat mempengaruhi dalam strategi komunikasi tersebut.

Strategi Komunikasi terdiri dari dua fungsi, yaitu secara makro (*planned multi media strategy*) atau mikro (*single communication medium strategy*).²⁵ Berdasarkan aspek tersebut, strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal
- 2) Menjembatani “kesenjangan budaya” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan dapat merusak nilai-nilai budaya.

4. Kajian Tentang Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut Johnson dan schools strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.²⁶

Adapun pengertian Strategi secara terminologi yang dikemukakan oleh para ahli, beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli mengenai strategi yaitu:

- 1) Menurut Onong Uchjana Effendy Strategi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk

²⁵ Nurul Hikmah et all, *Strategi Komunikasi Perusahaan dalam Mempromosikan Layanan Jasa Antar di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Jakarta*, Jurnal Oratio Directa, Vol. 4, No. 1, 2022, h.700

²⁶ Hery Suprpto, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi pada Hotel Mahkota Lamongan)*, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. 4, No. 3, 2019, h.1050

mencapai sebuah tujuan tersebut strategi bukan hanya untuk menjadi peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus juga menunjukkan teknik atau cara oprasionalnya.²⁷

- 2) Menurut Anwar Arifin, Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan dalam merencanakan sebuah strategi dakwah, keterampilan dalam menentukan serta memanfaatkan ruang dan waktu merupakan aspek yang penting demi tercapainya sebuah tujuan²⁸

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses penyusunan rencana yang dilakukan oleh individu atau kelompok agar tujuan utama yang dirancang dapat berjalan dengan baik dan efektif.

b. Tahap-tahap Strategi

Menurut Fred R. David dikutip Erlin Kusuma, dkk (2022) menjelaskan bahwa Dalam Teori manajemen *strategic* milik David mengemukakan tiga tahapan strategi²⁹, diantaranya:

- 1) Perencanaan strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merancang strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal. Menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

- 2) Implementasi strategi

Setelah meumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Al-Amin Press, 2003), h.19

²⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 227

²⁹ Erlin Kusuma, *op.cit.*, h.44

3) Evaluasi strategi

Tahapan terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat di ukur kembali untuk penetapan tujuan.

5. Kajian Tentang Komunikasi

a. Pengertian komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama,"³⁰ *communico*, *communicatio*, atau *communicare*' yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.³⁰

Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai "berbagi pengalaman." Sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman. Namun dalam buku ini yang dimaksud komunikasi adalah komunikasi manusia yang dalam bahasa Inggrisnya adalah *human communication*.

Komunikasi menurut bahasa atau etimologi dalam "Ensiklopedi Umum" diartikan sebagai "Perhubungan", sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan Latin³¹, yaitu

1. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi ataupun memberi tahukan
2. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku di mana- mana
3. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas
4. *Communico*, yang berarti membuat sama.

³⁰ Dedy Mulyana, *op.cit.*, h.46.

³¹ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019), h.21

5. *Communicatio* yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama
Sama di sini maksudnya sama makna

Pengertian komunikasi secara etimologi ini memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang member pesan dengan orang yang menerima pesan. Karena '*Communis*' di sini bus saja diberi arti dengan 'sama makna' atau 'sama arti' sehingga lambang- lambang yang diberikan itu merupakan milik bersama antara orang yang memberi lambang dengan orang yang menerima lambang. Jadi ja komunikasi itu menggunakan lambang atau bahasanya tidak dimengerti oleh yang menerima, maka itu bukanlah komunikasi yang efektif Bahasa bisa saja sama, tetapi maknanya mungkin berbeda.³²

Adapun pengertian komunikasi menurut istilah (terminologi) banyak dikemukakan oleh sarjana-sarjana yang menekuni ilmu komunikasi, antara lain sebagai berikut.

- 3) Carl I. Hovland, mengatakan bahwa komunikasi adalah "*The process by which an individuals (the Communicator) transmits stimuli (usually Verbal Symbols) to modify the behavior of other individuals (Communicant)*" Proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang- lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang-orang lain (komunikan)".
- 4) William Albiq, mengatakan dalam bukunya *Public Opinion* bahwa komunikasi adalah "Proses pengoperan lambang-lambang yang berarti di antara individu-individu".
- 5) Hovland, Janis dan Kelley (1953) mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus

³² *Ibid*, h.22

(biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)".

- 6) Laswell (1960) mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan "siapa", "mengatakan apa", "dengan saluran apa", "kepada siapa" dan "dengan akibat atau hasil apa" (*who? says what? In which channel? to whom? with what effect?*).

Komunikasi adalah suatu topik yang amat sering diperbincangkan bukan hanya di kalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga di kalangan orang awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan.³³

b. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi di sini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi, Dalam buku Roudhonah Harold menjelaskan tujuan komunikasi, Secara umum Harold D. Lasswel menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat³⁴:

- 1) *Social change* (perubahan sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.
- 2) *Attitude change* (perubahan sikap). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
- 3) *Opinion change* (perubahan pendapat). Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
- 4) *Behavior change* (perubahan perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

³³ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi sebuah pendekatan kritis dan komprehensif*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020) h.4

³⁴ Roudhonah, *op.cit.*, h.65

c. Proses Komunikasi

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diutarakan di atas, tampak ada persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam "bahasa komunikasi komponen nya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupa komponen tersebut adalah sebagai berikut

- Komunikator - Orang yang menyampaikan pesan
- Pesan - Pernyataan yang didukung oleh lambang
- Komunikan - Orang yang menerima pesan
- Media - Sarana atau saluran yang mendukung pesan
- Efek - Dampak sebagai pengaruh di pesan

Teknik berkomunikasi adalah cara atau "seni" penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran, dan sebagainya.

Yang penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan, Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan.

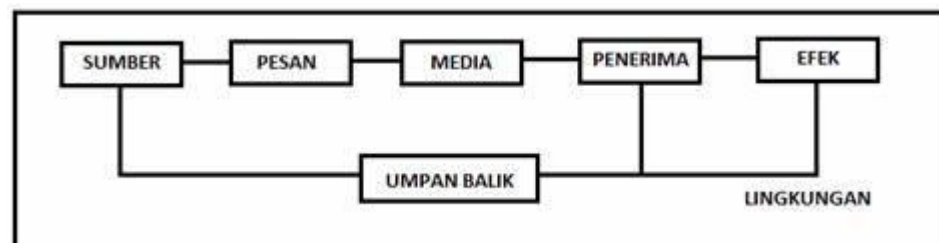
d. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur atau elemen adalah bagian yang digunakan untuk membangun suatu *body* (badan). Kita tidak bisa menyebutkan sebuah rumah yang sempurna jika rumah itu tidak memiliki lantai, dinding, pintu, atap, dan jendela. Demikian pula sebuah universitas tidak bisa dikatakan universitas jika ia tidak memiliki

unsur-unsur; kampus, mahasiswa, dosen, kurikulum, dan proses belajar-mengajar.³⁵

Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*). Dalam studi manajemen misalnya ada unsur-unsur yang membangunnya yakni; organisasi (*organization*), perencanaan (*planning*), karyawan (*staffing*), kepemimpinan (*leadership*), pengendalian (*controlling*), dan evaluasi (*evaluation*). Dalam studi pemasaran ada empat unsur yang membangunnya, yakni barang yang mau dipasarkan (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Dalam studi sosiologi unsur-unsurnya adalah; individu, kelompok, masyarakat, dan interaksi. Demikian juga halnya dengan ilmu komunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.



Gambar 2.1 Proses Komunikasi

³⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2018), h.29

Awal 1960-an David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama "SMCR", yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran media), dan *Receiver* (penerima).

6. Kajian Tentang Organisasi

Organisasi adalah setiap bentuk perserikatan manusia untuk mencapai satu tujuan bersama yang di dalamnya beranggotakan minimal dua orang, yang memiliki struktur organisasi, pembagian tugas, sistem kerjasama atau sistem sosial yang berdasarkan pada wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi yang memiliki mekanisme yang mempersatukan kegiatan-kegiatan untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan yang menjadi tujuan bersama tersebut.³⁶

Organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupa mencapai tujuan yang ditetapkan. Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi ke atas sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi seperti ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi keatas yang paling umum melibatkan pemberian saran, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul, orang sering kali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komunikasi ke atas yang tidak formal.³⁷

³⁶ Muhammad Syukran, et all, *Konsep Organisasi dan Pengorganisasian dalam Perwujudan Kepentingan Manusia*, Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik, Vol. 9, No. 1, 2022, h.101.

³⁷ Zamzami et all, Strategi Komunikasi Organisasi, *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, Vol. 2, No. 1, 2021, h. 29.