

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi adalah kebutuhan dasar manusia agar bisa berinteraksi sosial dan mencapai tujuan tertentu. Untuk melakukan kontak dengan manusia baik individu maupun kelompok tidak lepas dari yang namanya komunikasi, dimana komunikasi sebagai wadah seorang individu maupun kelompok untuk saling bertukar pikiran, pendapat dan mengajak untuk mengubah sentimen dan perilaku orang lain.⁴

Istilah komunikasi telah dianut dari bahasa Inggris khususnya “*communication*”. Istilah tersebut berasal dari bahasa Latin “*communicare*” artinya menyampaikan sesuatu kepada individu lain, memberikan sesuatu kepada orang, dan adanya saling tukar-menukar, berbicara, saling bertukar ide, adanya interaksi, bertemu dan lain sebagainya (Hardjana, 2003).⁵

Secara terminologis komunikasi diartikan cara atau proses penyampaian pernyataan atau pesan oleh satu individu kepada individu lain.

Dari pemahaman ini dapat dipahami jika dalam siklus berkomunikasi harus

⁴Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta:Kencana, 2013),1.

⁵Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), 1.

melibatkan sejumlah orang atau berbagai individu. Menurut Thomas M. Scheidel, manusia kebanyakan pada umumnya berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas diri dan untuk membangun interaksi sosial dengan orang-orang yang berada di sekitar kita serta untuk mempengaruhi orang lain untuk berpikir, merasa atau bertingkah seperti yang kita harapkan.

Hal penting dalam melakukan sebuah komunikasi adalah bagaimana pesan sampai oleh komunikator dapat diterima dan dipahami hingga menimbulkan efek terhadap komunikan. Ada tiga efek yang terjadi setelah seseorang diterpa suatu pesan, yaitu:

- a. *Efek kognitif*, terjadi adanya perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan.
- b. *Efek afektif*, efek yang timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Tujuan komunikator tidak hanya sekedar supaya komunikan mengerti tapi juga tergerak hatinya sehingga muncul perasaan tertentu.
- c. *Efek behavioral*, dampaknya yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku setelah diterpa pesan.⁶

Kesimpulannya bahwa sebuah komunikasi merupakan proses pertukaran data setidaknya antar dua individu melalui kata-kata, lewat

⁶Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014),3.

gambar, lewat angka dan yang lebih jauh lagi melalui perasaan atau memainkan sisi sentimen emosi yang dapat mengubah perilaku & membentuk sebuah perilaku individu lain. Pentingnya sebuah komunikasi bagi orang-orang tidak dapat disangkal, seperti halnya untuk sebuah gerakan atau organisasi. Dengan komunikasi yang baik sebuah organisasi dapat berjalan seperti yang diharapkan dan efektif begitupun sebaliknya, kurangnya atau ketiadaan komunikasi organisasi dapat berhenti atau kacau.

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Antarpribadi

Menurut definisi Devito, komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan oleh dua orang, sedangkan menurut Deddy Mulyana, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara beberapa orang secara tatap muka dan memungkinkan pelaku menangkap reaksi orang lain secara langsung.

2. Komunikasi Kelompok

Dinamakan komunikasi kelompok karena terjadi siklus hubungan komunikasi yang terjadi diantara setidaknya 3 individu secara langsung dimana setiap individu-individu tersebut bergaul satu sama lain. Dalam komunikasi kelompok semua individu dapat menganggap bagian mana sebagai korespondensi dan umumnya tidak dibatasi.

3. Komunikasi Massa

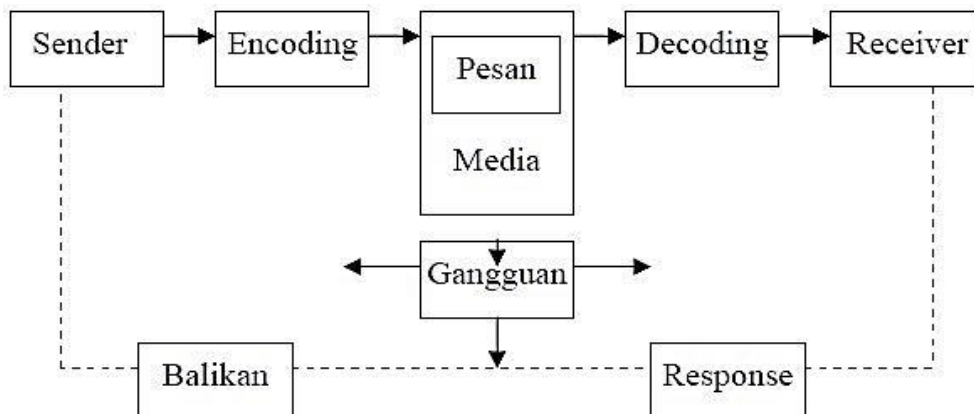
Fokus dalam kajian komunikasi massa adalah media. Komunikasi massa merupakan suatu proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas.⁷

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi antar manusia yang terjadi dalam lingkup organisasi yang terstruktur dimana terjadi dalam lingkungan organisasi yang terstruktur yang mana terjadi jaringan pesan satu dengan yang lain yang saling bergantung.⁸

3. Unsur-Unsur Proses Komunikasi

Proses adalah rangkaian atau tahapan dari unsur-unsur yang harus dilalui dalam mencapai suatu tujuan. Proses komunikasi ini harus dilalui dalam pengiriman informasi. Adapun rangkaian model proses komunikasi menurut *Wayne Pace* adalah melalui unsur-unsur sebagai berikut:



Gambar 2.1 Proses Komunikasi

⁷ Syaful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2009), 18.

⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2015), 278.

- a. *Sender* :Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada individu atau beberapa orang.
- b. *Encoding* :Penyandian, proses, pengalihan pikiran oleh sender dalam bentuk simbol atau lambang.
- c. *Message* :Sebuah pesan yang merupakan sekumpulan lambang yang bermakna dan disampaikan komunikator
- d. *Media* :Saluran komunikasi sebagai tempat pesan diteruskan dari komunikator ke komunikan
- e. *Decoding* :*Decoding* atau menguraikan dimana terjadi interaksi dan komunikan memutuskan makna yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver* :Komunikan yang mendapatkan pesan dari komunikator.
- g. *Response* :Reaksi, sekumpulan tanggapan terhadap komunikan setelah terkena pesan.
- h. *Feedback* :Masukan umpan balik, reaksi komunikan jika diteruskan atau disampaikan kekomunikator.
- i. *Noise* :Gangguan yang meresahkan secara mendadak yang terjadi dalam interaksi komunikasi.

4. Jenis Komunikasi

Untuk mencapai tujuan dari kesepakatan bersama, pasti adanya komunikasi dari berbagai pihak dan menggunakan pendekatan satu organisasi dengan organisasi lain, anggota dan anggota yang lain, dengan pengurus dengan pengurus yang lain dan berbeda-beda. Dalam organisasi pasti mengenal susunan organisasi formal dan komunikasi informal.

Dalam menentukan metode penyampaian pesan yang tepat dalam pola komunikasi merupakan prasyarat dengan titik tujuan untuk mengembangkan suatu kelompok, berikut adanya 3 jenis komunikasi:

1. Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah interaksi komunikasi yang pada umumnya resmi dan diselesaikan di dalam lembaga formal, melalui pedoman atau sifat instruktif, komunikasi formal yang sangat mendasar melalui tatanan perusahaan atau organisasi dan menunjukkan situasi individu dalam perusahaan, dan menunjukkan keadaan seseorang dalam struktur administrasi, latihan kegiatan, dalam hal *event management*. Komunikasi tersebut dalam keadaan formal misalnya acara resmi, pertemuan membahas *project*, menggunakan bahasa yang baik dan benar, komunikasi menggunakan email secara teratur dalam bahasa formal yang tepat terutama dalam pengaturan profesi. Dalam organisasi seperti asia, komunikasi formal dianggap suci dan diharuskan dijaga dengan baik. Setiap perintis dianggap dihormati dan diperlukan dalam keadaan resmi. Bagaimanapun adanya

globalisasi dan dinamika didunia, harus ditimbang oleh managemen, dan terutama dalam hal *event management*.

2. Komunikasi Informal

Komunikasi informal merupakan siklus komunikasi yang bersifat formal atau resmi dan santai atau nonformal. Komunikasi informal biasanya diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara individu berdasarkan keinginan dan hasrat pribadi.⁹

Komunikasi semacam ini biasanya merupakan komunikasi dalam hal dengan interaksi pribadi. Komunikasi informal biasanya tidak peduli tentang konstruksi, perkembangan atau bahkan posisi dalam organisasi atau *project management*, komunikasi ini di lakukan dalam situasi biasanya, atau menggunakan bahasa biasa sehari-hari.

3. Komunikasi Nonformal

Komunikasi ini terjadi antara komunikasi formal dan informal merupakan komunikasi yang terkait dengan pelaksanaan tugas pekerjaan dengan aktivitas yang bersifat pribadi dari individu organisasi atau perusahaan tersebut.

⁹Soekadi Darso Wiyono, *Peranan Komunikasi di Dalam Organisasi* (Surakarta: Bumi Ketingan, 1996), 28.

B. Pola Komunikasi

1. Pengertian Pola

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola adalah model, rancangan atau bisa juga disebut dengan sistem. Adapun yang dimaksud dengan sistem adalah seperangkat unsur-unsur yang saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Pola merupakan bentuk yang biasanya digunakan untuk menghasilkan satu atau sebagian dari sesuatu yang dihasilkan cukup memiliki satu jenis. Pola juga dapat dikatakan model dari proses komunikasi, sehingga nantinya akan ada beberapa macam model komunikasi dan bagian proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah di gunakan.¹⁰

Contoh atau pola dibuat untuk mengenali dan mengurutkan komponen-komponen yang sangat penting dari suatu proses interaksi. Menurut Wiesman dan Barher, model atau contoh komunikasi memiliki tiga kapasitas, khususnya yang menggambarkan suatu proses komunikasi, menunjukkan koneksi visual dan membantu menemukan model dan memperbaiki hambatan dalam interaksi.¹¹

Colin English Dictionary mengemukakan tentang pola (*pattern*):

1. Pola ialah susunan komponen atau bentuk struktur tertentu (*arrangement of lines, shapes*).
2. Cara sesuatu tersebut bisa tersusun atau terjadi (*when in which something happenes or is aranged*).

¹⁰Departemen Pendidikan Nasioanal, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) , 849.

¹¹Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Gramedia Widiasavina, 2004), 11.

3. Pola adalah rencana atau kerangka (pedoman) dari suatu yang telah dibuat (*design or instruction from which something is to be made*).
4. Pola untuk memanfaatkan sesuatu atau seseorang sebagai model atas sesuatu yang lainnya (*use something/somebody as a model for something/somebody*).¹²

Pola merupakan model atau metode yang dari komponen-komponen atau struktur tertentu dan bergantung pada spekulasi yang ada.

2. Pola Komunikasi

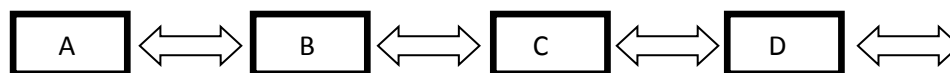
Pola komunikasi merupakan cara dimana individu ataupun kelompok untuk interaksi komunikasi. Model komunikasi merupakan cara sesuatu perkumpulan atau individu melakukan komunikasi berdasarkan pada teori komunikasi dalam tersampainya pesan atau mempengaruhi komunikan. Pola komunikasi merupakan sistem penghubung antara anggota dalam kelompok organisasi menjadi satu kesatuan yang mampu membentuk suatu pola untuk berinteraksi antar anggota. Dengan jaringan komunikasi dapat diketahui bentuk hubungan atau koneksi orang-orang tertentu, keterbukaan satu kelompok. Adanya pertukaran informasi yang terjadi antar individu tersebut untuk membentuk sebuah pola. Pola jaringan komunikasi dapat dikelompokkan berdasarkan situasional dalam mempengaruhi anggota kelompok organisasi untuk saling berkomunikasi.¹³

¹²Thomas Hil Long, *Collins English Dictionary* (London: William Collins & Co, 1979), 1079.

¹³Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2002), 96.

Menurut Joseph A. Devito ada lima struktur pola komunikasi dalam komunikasi kelompok. Kelima struktur tersebut yaitu:

a. Pola Rantai

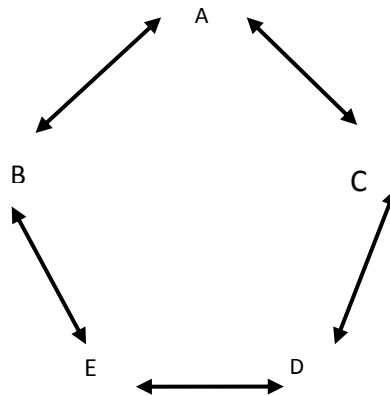


Gambar 2.2 Pola Rantai

Terdapat lima tingkatan dalam pola jaringan komunikasi rantai, dalam jenjang hierarkisnya dan hanya dikenal komunikasi sistem arus ke atas (*upward*) dan kebawah (*down-word*) yang artinya menganut hubungan komunikasi garis langsung (komando baik ke atas atau ke bawah tanpa terjadinya suatu penyimpangan).¹⁴

Sistem komunikasi dilakukan oleh anggota kelompok dimana satu anggota hanya dapat menyampaikan pesan kepada anggota disebelahnya, kemudian anggota yang menerima pesan akan melanjutkan pesan ke anggota lainnya begitu seterusnya. Dalam sistem pola rantai anggota terakhir yang menerima pesan yang disampaikan oleh pemimpin seringkali tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga pemimpin tidak mengetahui karena tidak adanya umpan balik yang disampaikan.

¹⁴Julinsyah Noor, *Penelitian Ilmu Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2013), 220.

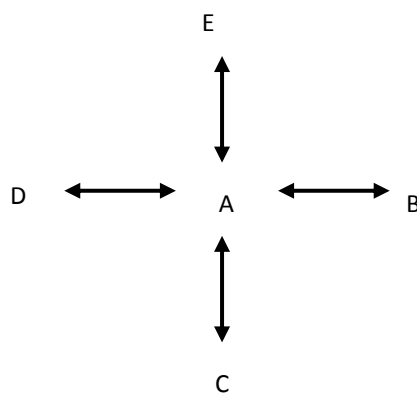
b. Pola Lingkaran

Gambar 2.3 Pola Lingkaran

Pada komunikasi pola lingkaran semua anggota bisa terjadi interaksi pada setiap tiga tingkatan hierarkinya, tetapi tidak ada kelanjutan pada tingkatan yang lebih tinggi dan hanya terbatas pada setiap level. Setiap anggota hanya dapat berkomunikasi dan mengambil inisiatif dengan dua orang disamping kiri dan kanannya. Dengan kata lain disini tidak ada pemimpin. Pola ini menggambarkan si A menyampaikan pesan kepada si B, si B meneruskan kepada si C dan seterusnya hingga kembali kepada si A dan seterusnya kepada setiap anggota.¹⁵

¹⁵Ruliana Poppy, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus.*, 80.

c. Pola Roda



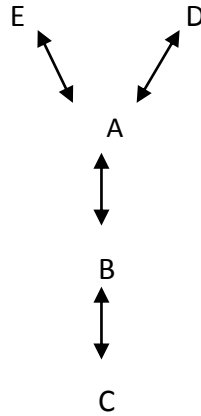
Gambar 2.4 Pola Roda

Pola jaringan komunikasi roda terfokus kepada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota dalam kelompok dan tidak ada interaksi antar anggota, semua laporan instruksi perintah kerja dan kepengawasan terpusat satu orang yang memimpin empat bawahan atau lebih dan antara bawahan tidak terjadi interaksi (komunikasi sesamanya).

Model roda dapat diterapkan pada kelompok organisasi yang sangat besar dalam membingkai bagian sebagai tempat komunikasi yang mengatur kerja komunikasi mereka. Model ini berbeda dari pola komunikasi pola rantai karena adanya pengurangan urutan kelompok organisasi. Pola ini menggambarkan bahwa B sebagai sentralisasi yang menyampaikan informasi dan dapat melakukan timbal balik ke anggota.¹⁶

¹⁶Ruliana Poppy, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus.*, 80.

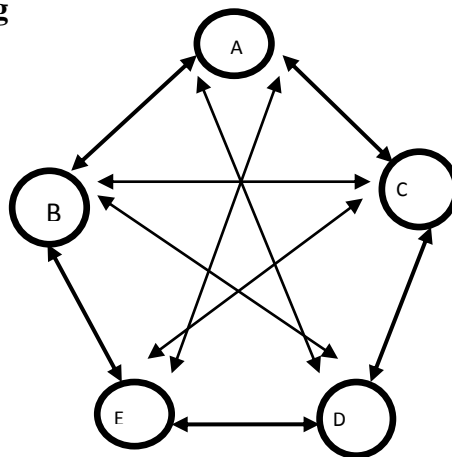
d. Pola Huruf Y



Gambar 2.5 Pola Huruf Y

Pola komunikasi huruf Y tidak jauh berbeda dengan model rantai yaitu terdapat empat level jenjang hierarkinya. Tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang-orang yang disampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang disampingnya.¹⁷

e. Pola Bintang



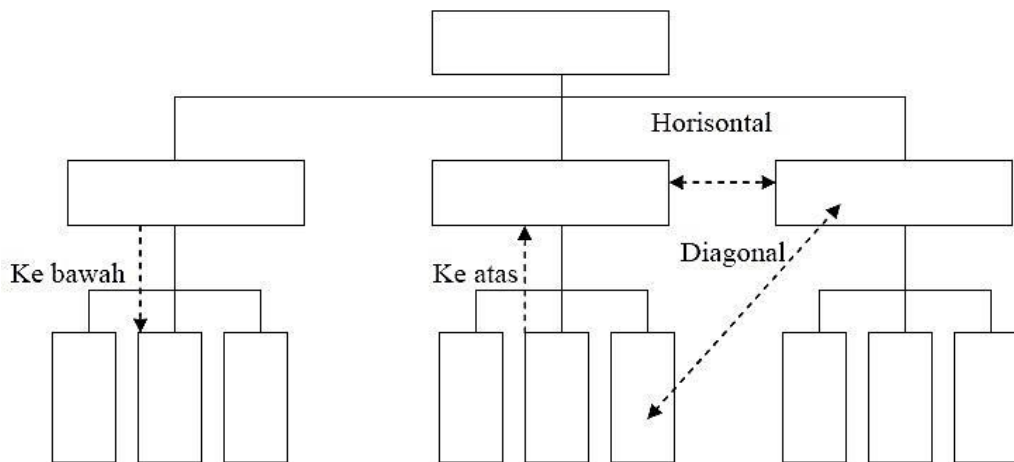
Gambar 2.6 Pola Bintang

¹⁷Ruliana Poppy, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus.*, 81.

Model jaringan komunikasi kerangka ini merupakan penyempurnaan dari model lingkaran, yang mana dari tiga level tersebut didapatkan melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menerima siapa yang menjadi tokoh utamanya atau sentralnya.

3. Arus Komunikasi

Arus komunikasi dalam organisasi merupakan suatu pegangan dalam berlangsungnya proses komunikasi organisasi. Dalam organisasi pasti akan terjadi perpindahan arus informasi, Agar komunikasi berjalan dengan lancar sesuai target sasaran. Ada beberapa pembagian dalam arus komunikasi organisasi:



Gambar 2.7 Arus Komunikasi

1. Komunikasi ke atas

Komunikasi pesan yang dikirim dari tingkat lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Misalnya dari ketua bidang di lapangan atau dari anggota ke ketua.

2. Komunikasi ke bawah

Merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hirarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Penggunaan komunikasi ini sangat efektif untuk menyampaikan arahan dan lebih bisa mengontrol para anggota atau anak buah. Misal pesan dari pimpinan organisasi ke anggota baru yang bergabung.

3. Komunikasi Lateral

Merupakan arus informasi antar sesama ketua bidang ke ketua bidang, anggota ke anggota. Bergerak di bagian bidang yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian.

4. Komunikasi Silang/Diagonal

Komunikasi diagonal dilakukan antar individu atau kelompok pada bagian berbeda dan tingkatan yang berbeda pula. Kelemahan dari pola komunikasi ini adalah karena penyebaran informasi tidak sesuai dengan jalur rutin dan struktur organisasi yang sudah ada.¹⁸

C. Pengertian Kajian

Berdasarkan kamus Bahasa Indonesia, kajian berasal dari kata “kaji” yang berarti pelajaran terutama dalam hal keagamaan. Dan menurut kamus ilmiah populer, kajian bermakna telaah, mempelajari dan analisa. Bila diartikan arti kajian adalah telaah dalam hal keagamaan.¹⁹

¹⁸Julinsyah Noor, *Penelitian Ilmu Manajemen.*, 221-222.

¹⁹Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), 215.

Bila dilihat dalam sejarah Islam di Indonesia, kajian mulai tumbuh dan berkembang. Kajian Islam hadir semenjak agama ini datang ke Indonesia pada abad ke 13 dan mencapai momentum spiritual pada abad ke 17. Kajian Islam mengalami proses transformasi keislaman beberapa kali hingga Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945. Saat itu Indonesia dituntut untuk membenahi sektor-sektor kebangsaan termasuk masalah keagamaan, karena Indonesia adalah negara yang menjunjung tinggi nilai ketuhanan.²⁰

²⁰Azyumardi Azra, *Jaringan Intelektual Ulama Nusantara* (Bandung: Mizan, 1994), 13.