

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

Kajian teori merupakan acuan atau landasan berpikir peneliti dengan basis padabahan pustaka yang membahas tentang teori atau hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dijalankan. Pencarian dan penelusuran kepustakaan atau literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian sangat diperlukan. Penelitian tidak dilakukan di ruang kosong dan tidak pula dapat dikerjakan dengan baik, tanpa basis teoritis yang jelas. Penelitian kekinian sesungguhnya menelusuri atau meneruskan peta jalan yang telah dirintis oleh peneliti terdahulu (Iskandar, 2009:100).

Kajian pustaka memiliki pengaruh yang cukup besar dalam sebuah penelitian sebagai suatu landasan dari arah maupun tujuan penelitian tersebut. Peneliti tidak hanya merangkai teori, cukup stabil juga mendiskusikan teori dan mengambil keputusan teori yang mana yang dipakai sebagai panduan dalam penelitian. (Syahfrudin Pohan,dkk 2012 : 20). Adapun teori-teori yang dianggap relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah alat penghubung antar manusia dengan manusia lainnya, yang dikatakan komunikasi bukan hanya yang dilakukan secara verbal tapi juga secara non verbal. Komunikasi dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yaitu antara lain, memberi dan mencari informasi,

mengajak individu lain melakukan apa yang kita inginkan atau mempersuasi, dsb. Bahkan dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah hal yang mengikuti kita sejak lahir, dan komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini berarti komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar dan sangat vital. Dikatakan mendasar karena semua manusia berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan social melalui komunikasi. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu lainnya sehingga meningkatkan kesempatan individu tersebut untuk tetap hidup. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi formal dan informal.

b. Pengertian Komunikasi Organisasi

Seperti pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, dalam dunia organisasi atau perusahaan juga komunikasi adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan. Baik atau tidaknya komunikasi di suatu perusahaan dapat menentukan berkembang atau tidaknya perusahaan tersebut.

Ada beberapa persepsi tentang komunikasi organisasi yang dikemukakan tokoh-tokoh ternama dunia, antara lain Redding dan Sanborn, Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, R. Wayne Pace dan Don F. Faules, Joseph A. Devito, Dedy Mulyana. Dan dari pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh tokoh-tokoh di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, baik yang dilakukan oleh bawahan kepada

bawahan, atau atasan dengan atasan, atau bahkan bawahan kepada atasan. Dan ciri-ciri komunikasi organisasi antara lain adanya struktur yang jelas serta adanya batasan- batasan yang dipahami masing-masing anggota perusahaan. (Abdullah: 2010).

c. Penggolongan Komunikasi dalam Organisasi

Seperti halnya komunikasi pada umumnya, komunikasi organisasi juga dapat ada beberapa golongan, antara lain:

1) Komunikasi Lisan dan Tulisan

Hal ini berhubungan dengan bentuk pesan yang akan disampaikan, karena sebagian besar interaksi manusia terjadi dalam bentuk ini. Banyak pertimbangan yang menentukan pemilihan diantara kedua bentuk komunikasi ini yaitu waktu, biaya, ketepatan, prefensi pribadi, ketrampilan berkomunikasi individu, sumber daya yang tersedia, dan pertimbangan lain yang berhubungan dengan kriteria pengambilan keputusan. (*Ibid*).

2) Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Dalam melakukan komunikasi ada juga dua kemungkinan dalam melakukannya, yaitu dengan mengatakan langsung maksud dan tujuan yang ingin disampaikan atau dengan isyarat muka dan gerak tubuh. (*Ibid*)

3) Komunikasi Ke Bawah, Ke Atas, dan Ke Samping

Penggolongan komunikasi ini didasarkan pada arah aliran pesan-pesan dan informasi di dalam suatu organisasi. Alur komunikasi kebawah adalah yang dilakukan management ke pegawai atamudahnya adalah dari atasan kepada bawahan. Alur komunikasi keatas adalah

dari bawahan ke atasan. Alur komunikasi ke samping adalah dari karyawan yang setara jabatannya. (*Ibid*).

4) Komunikasi Formal dan Informal

Dasar penggolongan ini adalah gaya, tatakrama, dan pola aliran komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi formal terjadi diantara karyawan melalui garis wewenang yang telah ditentukan oleh management. Dan menjadi tanggung jawab management untuk menciptakan kondisi menyenangkan dalam proses ini. Komunikasi informal adalah komunikasi yang dilakukan tanpa memperhatikan struktur yang ada. (*Ibid*)

5) Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, dan ada dua kemungkinan dalam prosesnya yaitu adanya feedback dari lawan bicara atau tidak, jika ada maka komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dua arah, namun jika komunikasi yang dilakukan tanpa adanya timbal balik maka komunikasi tersebut termasuk komunikasi satu arah. (*Ibid*)

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat jenis komunikasi yang ada diperusahaan sama dengan jenis komunikasi pada umumnya. Namun yang jelas membedakan adalah komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal hanya terdapat pada komunikasi yang dilakukan pihak-pihak yang terstruktur atau yang diatur oleh sebuah sistem.

Pada suatu perusahaan yang memiliki struktur yang jelas sudah pasti terjadi komunikasi formal. Namun juga tidak menutup kemungkinan terjadi komunikasi informal. Karena setiap pihak yang ada tidak mungkin tidak berkomunikasi satu sama lain diluar struktur, dan membicarakan

tentang hal diluar pekerjaan.

d. Saluran dan Media Komunikasi Dalam Organisasi

Saluran dan media komunikasi yang ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan juga sangat penting, karena saluran menentukan efektivitas sebuah komunikasi. Dalam komunikasi organisasi, saluran yang digunakan harus disesuaikan dengan pihak- pihak yang akan dituju. Beberapa saluran dan media komunikasi yang ada antara lain:

1) Saluran dan Media Komunikasi Tertulis

Ada tiga jenis saluran dan media komunikasi tertulis yaitu saluran dan media komunikasi kebawah tertulis dan keatas tertulis. Yang tergolong saluran dan media komunikasi kebawah tertulis antara lain deskripsi jabatan dan pedoma prosedur kerja, buku pedoman, majalah dan bulletin perusahaan, memo dan instruksi tertulis, papan pengumuman dan poster, laporan tahunan yang dipublikasikan, surat yang dimasukkan kedalam amplop gaji dan upah, surat yang dikirimkan langsung ke rumah karyawan. Saluran dan media komunikasi keatas tertulis antara lain kotak saran, program saran, survey semangat kerja dan sikap karyawan, mekanisme penyusunan anggaran. Juga ada saluran dan media komunikasi ke samping tertulis. (*Ibid*)

Saluran dan media komunikasi tertulis biasanya berupa informasi yang akan disampaikan atasan kepada seluruh pihak yang ada diperusahaan, bisa berupa informasi event atau kebijakan- kebijakan perusahaan.

2) Saluran dan Komunikasi Lisan

Pada saluran dan komunikasi lisan ini juga memiliki tiga jenis saluran yaitu kebawah lisan, keatas lisan dan kesamping lisan. Yang termasuk kebawah lisan ada pembicaraan melalui telepon, komunikasi tatap muka antara atasan dengan bawahan, dan konferensi. Yang termasuk keatas lisan antara lain wawancara pemutusan hubungankerja, kebijakan pintu terbuka. (*Ibid*)

Saluran dan media komunikasi lisan ini dapat dikatakan lebih efektif karena pesan disampaikan langsung, dengan penerima dapat melihat tingkat urgensi dari penekanan-penekanan intonasi dari pesan yang disampaikan.

e. Pendekatan Komunikasi Organisasi

1) Pendekatan Ilmiah

Pendekatan ilmiah menganggap bahwa organisasi harus menggunakan metode-metode ilmiah dalam meningkatkan produktivitas. Studi pengendalian secara ilmiah akan memudahkan sebuah organisasi mengidentifikasi cara-cara atau alat untuk meningkatkan produktivitas, dan pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan. Jenis penelitian yang lebih mencirikan manajemen ilmiah adalah studi waktu dan gerak. Studi ini lebih menekankan tentang penghematan waktu dalam menyelesaikan tugas tertentu dalam sebuah organisasi. (Frederick, 1911).

2) Pendekatan Hubungan Antar Manusia

Pendekatan hubungan manusia berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif eksklusif faktor fisik dalam mengukur

keberhasilan organisasi. Salah satu asumsi dasar dari pendekatan hubungan antar manusia adalah kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktivitas. Seorang karyawan yang bahagia adalah karyawan yang produktif. Oleh karena itu, fungsi manajemen adalah menjaga agar karyawan terus merasa puas. (phil:1977)

Pendekatan hubungan antar manusia sangat menghargai pemimpin demokratis. Pemimpin tipe ini mendorong anggotanya untuk berpartisipasi untuk menjalankan organisasi dengan memberikan saran-saran, umpan balik dan menyelesaikan masalah dan keluhannya sendiri. Semua anggota organisasi harus berpartisipasi dalam membuat keputusan yang pada akhirnya mempengaruhi mereka. Komunikasi merupakan salah satu alat penting dalam manajemen untuk mencapai hasil yang ingin di capai. (*ibid*)

3) Pendekatan Sistem

Pendekatan sistem merupakan kombinasi dari unsur-unsur terbaik dari pendekatan ilmiah dan pendekatan hubungan antar manusia. Pendekatan ini memandang bahwa organisasi adalah suatu sistem dimana semua bagian berintraksi dan mempengaruhi bagian lain. Organisasi dipandang sebagai suatu sistem terbuka terhadap informasi, responsif terhadap lingkungan, dinamis dan selalu berubah. (*ibid*)

Pendekatan sistem menganggap bahwa kedua faktor, yaitu faktor fisik dan psikologis sebagai pendekatan ilmiah, dan faktor sosial serta psikologis sebagai pendekatan hubungan antar manusia, dimana setiap faktor mempengaruhi faktor lainnya semua harus dipertimbangkan jika menginginkan organisasi dapat berfungsi dengan baik, komunikasi

membuat sistem tersebut vital dan tetap hidup. (*ibid*)

f. Jaringan Komunikasi Organisasi

Komunikasi dapat ditransmisikan dalam sejumlah arah dalam suatu organisasi: bawah atau ke atas rantai organisasi. Horizontal untuk rekan-rekan di dalam atau di luar unit organisasi, atau dari unit luar lokasi organisasi formal itu. Saluran komunikasi dapat bersifat formal atau informal, tergantung cara mereka menghubungkan jaringan. Jaringan adalah sistem jalur komunikasi yang menghubungkan pengirim dan penerima menjadi organisasi sosial yang berfungsi. Jaringan ini mempengaruhi perilaku individu yang bekerja di dalamnya, dan posisi yang ditempati individu dalam jaringan memainkan peran kunci dalam menentukan perilaku mereka dan perilaku orang-orang yang mereka pengaruhi. (Abdullah : 2010)

Jaringan komunikasi merupakan faktor dalam situasi yang dapat bervariasi secara independen dari tugas atau gaya kepemimpinan dalam kelompok, meskipun biasanya erat terkait dengan itu. Ketika tugas membutuhkan jenis tertentu dari jaringan komunikasi untuk kinerja optimal. gaya pemimpin cenderung untuk menempatkan batasan pada frekuensi, durasi, dan arah komunikasi anggota. Namun, semua tiga variabel. tugas, jaringan komunikasi, dan kepemimpinan, adalah serupa bahwa mereka adalah cara untuk memanipulasi situasi untuk kelompok dengan menetapkan norma-norma untuk bentuk dan isi interaksi. (*ibid*)

Ada beberapa cara untuk melihat jaringan komunikasi, pertama kita bisa memikirkan semua komunikasi organisasi yaitu internal, eksternal keatas, ke bawah, dan horizontal sebagai jaringan yang

dikelola dari arus informasi. Kedua kita dapat melihat sistem komunikasi organisasi sebagai jumlah dari kelompok subsistem jaringan komunikasi fungsional yang terkait dengan satu atau lebih tujuan organisasi. Ketiga kita dapat memeriksa kategori utama untuk mengklasifikasikan tujuan yang berbeda dari anggota organisasi. Empat kita bisa mempertimbangkan efek jaringan komunikasi tertentu pada kinerja kelompok. (*ibid*)

Sebelum melihat jaringan komunikasi organisasi, alangkah baiknya, kita perlu memahami hubungan antara bentuk jaringan dan fungsi pelaksanaannya. Bagaimana kelompok terstruktur memiliki banyak kaitannya dengan efektivitas dalam melaksanakan tugasnya, dan dengan kepuasan yang diperoleh kepada para anggotanya. Bentuk yang usang memiliki banyak kaitannya dengan kegagalan untuk berfungsi dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan sekitar. Organisasi sosial dapat menjadi usang dalam bentuk, dan membawa kepunahan mereka sendiri. Prinsip ini sering ditunjukkan pada tingkat subsistem yang kita sebut jaringan. (*ibid*)

Oleh karena itu kita akan menyadari bahwa tidak ada pola universal. Dari himpunan spesifikasi kita mungkin bukan hanya memperoleh pola komunikasi tunggal tetapi seluruh pola, Secara logis semua cukup memadai untuk menunjang kinerja yang sukses dari suatu tugas. (*ibid*)

g. Jaringan Pengelolaan Informasi

Sejak banyaknya penemuan dan perkembangan di dunia ilmu pengetahuan, manajer telah mencari cara yang lebih sistematis untuk

menangani permasalahan komunikasi organisasi. Karena komunikasi adalah cara manajemen membuat setiap pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Melihat komunikasi organisasi sebagai jaringan informasi yang teratur menyiratkan sifat dinamis dari perilaku organisasi. Seperti yang sudah dijelaskan pada beberapa artikel yang bersangkutan, penerimaan pesan dalam sebuah organisasi dapat dimaknai sebagai:

- 1) Informasi adalah komoditas yang harus berpindah dari orang satu ke orang yang lain dan dari departemen satu ke departemen lain.
- 2) Komunikasi adalah kegiatan yang mirip dengan kegiatan organisasi lainnya yaitu, penjualan pemasaran, keuangan, produksi. Sehingga harus ada departemen komunikasi dengan wewenang, tanggung jawab, dan anggaran untuk mengelola komunikasi organisasi.

Pembangunan jaringan informasi yang dikelola akan berdasar pada pertanyaan kritis tertentu, antara lain:

- 1) Bagian mana pada perusahaan yang tergantung pada informasi dan apa pihak apakah itu ingin mendapatkan informasi ke?
- 2) Jenis informasi apakah yang diinginkan dari mereka dan informasi seperti apakah yang mereka inginkan?
- 3) Saluran apa yang harus digunakan dalam alur informasi, yaitu, di mana seharusnya memulai informasi atau asal mulanya, melalui perantara apa informasi itu disampaikan, siapa penerima utama?
- 4) Sarana komunikasi apa yang seharusnya digunakan: radio, koran, memo, konferensi, wawancara, surat atau kombinasidari mereka?
- 5) Kontrol apa yang harus dimasukkan ke dalam sistem ini sehingga

perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas dan efisiensi berdasarkan kriteria tertentu dan dalam hal tujuan tertentu?

Salah satu keuntungan untuk membangun sistem seperti ini akan menjadi identifikasi di mana masalah komunikasi itu berada, apakah itu kebuntuan, berlebihan, kesenjangan. Hal ini juga memungkinkan untuk koordinasi pesan dalam organisasi. Selain itu, manajemen dapat mengevaluasi hasil kinerja komunikasi.

2. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari akar kata Bahasa Yunani "*Strategos*" yang secara harafiah berarti "Seni Umum" (Alo Liliweri, 2011 : 240). Dengan kata lain setiap orang bisa menciptakan caranya sendiri tersendiri dalam memecahkan situasi sulit. Sementara itu, Alo Liliweri membagi makna kata *strategos* dalam beberapa defenisi yaitu:

- 1) Pemilihan suatu tindakan yang memiliki konsekuensi dan dilakukan dalam jangka panjang.
- 2) Penentuan tingkat kerentanan posisi seseorang dengan posisi para pesaing (ilmu perang bisnis).
- 3) Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing.
- 4) Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis.
- 5) Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumberdaya dalam pasar informasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2006 : 32). Strategi sangat dibutuhkan untuk merencanakan pencapaian suatu tujuan. Akan sangat mudah untuk mencapai suatu tujuan ketika kita menggunakan strategi atau taktik yang telah dipersiapkan dengan baik sebelumnya. Salah satu bentuk strategi atau taktik yang baik adalah dengan mempersiapkan atau merencanakan dua atau lebih strategi cadangan. Hal ini akan memperbesar kemungkinan tercapainya tujuan terlebih ketika strategi awal tidak berhasil.

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah perencanaan atau taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan. Semakin baik strategi atau taktik yang digunakan maka semakin besar peluang untuk mencapai titik tujuan. Mempersiapkan dua atau lebih strategi merupakan salah satu persiapan strategi maupun taktik yang baik guna mengatasi masalah akibat gagalnya strategi yang telah dibuat sebelumnya.

b. Pengertian Komunikasi

Manusia diciptakan dengan kodrat sebagai makhluk sosial sehingga manusia dituntut untuk hidup berdampingan satu sama lain dan membutuhkan komunikasi untuk saling berhubungan antara manusia yang satu dengan yang lainnya, dengan kata lain komunikasi merupakan suatu hal yang mendasar didalam kehidupan kita. Secara sadar maupun tidak sadar kita selalu melakukan kegiatan komunikasi dalam kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari bangun tidur saat kita menyapa orang tua kita, saudara kita atau bahkan tetangga kita, kita selalu menggunakan komunikasi baik itu secara verbal maupun nonverbal.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu "*communis*" yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin "*communico*" yang artinya membagi (Cangara, 2007 : 18). Sama yang dimaksud disini adalah sama makna. Jika kita mengadakan komunikasi, berarti kita mengadakan "kesamaan" dalam hal ini yang dimaksud adalah kesamaan pengertian antara si penyampai informasi dan penerima informasi.

Para pakar komunikasi melaporkan bahwa 93% dari komunikasi kita timbul melalui bahasa tubuh. Itu berarti bahwa kata-kata berperan hanya 7% dari kekuatan komunikasi kita. Karena itu, penting sekali untuk mengerti bahasa tubuh, dengan demikian Anda dapat menyampaikan pesan yang diharapkan ketika Anda berunding. Barnes (2004) mengatakan bahwa bahasa tubuh meliputi (Suprpto, 2007: 62):

- 1) Pola nada suatu (seberapa tinggi atau rendah suara kedengarannya)
- 2) Intonasi (tekanan ditempatkan di kata-kata tertentu)
- 3) Gerak isyarat (cara tangan, jari, dan Masi Anda bergerak)
- 4) Kontak mata (melihat kepada seseorang secara langsung atau tidak langsung)
- 5) Dekatnya (seberapa dekat kepada seseorang Anda berdiri ataududuk)
- 6) Ekspresi muka (tersenyum atau mengerutkan dahi)

Bahasa tubuh menyampaikan:

- 1) Seberapa besar kekuatan yang Anda yakini Anda miliki dalam suatu keadaan
- 2) Seberapa besar Anda menyukai seseorang

3) Sampai sejauh mana Anda menanggapi seseorang.

Sedangkan Harold Laswell (dalam Effendy, 2007: 10) memberikan pengertian komunikasi melalui paradigma yang dikemukakan dalam karyanya *the structure and function of communication in society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*”. Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

1) Komunikator (*communicator, source, sender*)

Komunikator adalah seseorang atau kelompok yang memberikan informasi kepada lawan bicaranya.

2) Pesan (*Message*)

Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

3) Media (*Channel, media*)

Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan

4) Komunikan (*communicant, receiver, recipient*)

Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.

5) Efek (*Effect, impact, influence*)

Efek adalah tanggapan atau seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media

yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi juga merupakan proses penyampaian pesan melalui penggunaan simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa perubahan tingkah laku yang bisa dilakukan dengan menggunakan media tertentu.

c. Strategi Komunikasi

Setiap manusia tentu memiliki perencanaan dan tujuan hidup. Dengan kodrat sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan salah satu cara untuk mendapatkan setiap tujuan dalam kehidupan kita. Komunikasi yang dibekali dengan strategi yang baik akan mempermudah dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut. Aparat desa yang memiliki tujuan untuk menarik hati dan mendapatkan kepercayaan masyarakat tentunya harus memiliki strategi dan taktik yang baik dalam berkomunikasi. Maka semakin baik strateginya akan semakin besar peluang tercapainya tujuan. Mempersiapkan lebih dari satu strategi komunikasi merupakan salah satu persiapan strategi yang baik, jika strategi sebelumnya gagal maka masih ada strategi yang lain dan seterusnya.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan keberhasilan proses komunikasi. Praktik strategi komunikasi pada umumnya terdiri dari tiga esensi utama dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang tergolong kompleks, yaitu (Liliweri, 2011:249):

1) Strategi Implementasi

Strategi Implementasi terdiri dari beberapa tahapan, antara lain:

a) Mengidentifikasi visi dan misi

- b) Menentukan program dan kegiatan. Melaksanakan serangkaian aktifitas sesuai dengan penjabaran misi.
- c) Menentukan tujuan. Dari setiap program yang akan dijalankan biasanya mempunyai tujuan yang akan diperoleh sebagai salah satu indikator keberhasilan.
- d) Mengenali audiens. Pada tahap ini komunikator perlu mengenali terlebih dahulu sasaran komunikasi yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi, apakah bersifat informatif, persuasif, dan instruktif. Dalam pengenalan sasaran, komunikator perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
 - (1) Pesan yang akan disampaikan sesuai dengan pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi, dan keinginan sasaran.
 - (2) Situasi dan kondisi sekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, sakit, dan situasi lingkungan yang tidak mendukung
- e) Mengembangkan pesan. Setelah mengenal audiens, selanjutnya adalah pengemasan pesan secara tepat, benar dan menarik minat audiens. Pemilihan bahasa atau lambang harus disesuaikan dengan komunikan untuk menghindari bias makna seperti, penggunaan bahasa asing maupun kalimat konotatif dan ambiguitas.
- f) Identifikasi komunikator. Kredibilitas komunikator yaitu kemampuan komunikator dalam menumbuhkan kepercayaan komunikan terhadap pesan. kriteria komunikator berkredibilitas

yaitu yang memiliki daya nalar tinggi dan memiliki karakter serta moral yang baik.

- g) Mekanisme komunikasi/media. Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang akan dicapai. Ada banyak jenis media, kita dapat menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dengan memperhatikan kelebihan dan kekurangan terhadap tiap-tiap media. Maka dari itu, tidak menutup kemungkinan apabila dalam menyampaikan sebuah pesan, media yang digunakan lebih dari satu.

Perlu adanya perhitungan mengenai resiko dari setiap strategi yang telah ditentukan agar dapat diantisipasi dengan menyediakan solusi dari setiap permasalahan yang diduga akan timbul didepannya.

a) Strategi Dukungan

Tahapan dalam strategi dukungan antara lain:

- (1) Mengembangkan mitra yang bernilai
- (2) Melatih para pembawa atau penyebar pesan
- (3) Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan penyebarluasan informasi kepada audiens
- (4) Mengontrol setiap tahapan/ jenis kegiatan

b) Strategi Integrasi

Tahapan tahapan dari strategi integrasi adalah sebagai berikut.

- (1) Mengintegrasikan komunikasi terutama pada level kepemimpinan
- (2) Melengkapi sumber daya
- (3) Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi
- (4) Melibatkan staf pada semua level untuk memberikan

dukungan dan integrasi

B. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dan memperkirakan hasil penelitian yang dicapai dan dapat mengantarkan penelitian pada rumusan hipotesa (Nawawi, 2001: 40).



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini peneliti membuat kerangka pikir untuk mempermudah arah pemikiran dalam penyusunan skripsi. Kerangka piker pada penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Aparat Desa banaran terhadap masyarakat terkait berbagai permasalahan yang ada di Desa banaran dengan harapan akan terjadi saling pengertian antara aparat desa Banaran dan Masyarakat sehingga tercipta kehidupan yang aman dan harmonis.