

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia yaitu sejak dari bangun tidur sampai manusia beranjak tidur pada malam hari. Bisa dipastikan sebagian besar dari kegiatan kehidupan kita menggunakan komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Namun, apa yang dimaksud dengan komunikasi itu sendiri ?

Pawito dan C Sardjono mencoba mendefinisikan komunikasi sebagai

“Suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku overt lainnya. Sekurang-kurangnya didapati empat unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber (the source), pesan (the message), saluran (the channel) dan penerima (the receiver).” (1994 : 12)

Pengertian Komunikasi Secara Umum adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara dua individu atau lebih dengan efektif

sehingga dapat dipahami dengan mudah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita dari dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama adalah sama dalam pemaknaannya. Definisi komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi:

Effendy dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan:

”Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur.” (2003:28)

Tommy Suprpto dalam buku **Pengantar Teori Komunikasi** mengatakan :

“Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagai informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu” (2006:2-3).

Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima satu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

- a. Kendali : komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota dalam beberapa cara, setiap organisasi mempunyai wewenang dan garis panduan formal yang harus dipatuhi oleh karyawan.**
- b. Motivasi : komunikasi membantu perkembangan motivasi dengan menjelaskan kepada para karyawan apa yang harus dilakukan bagaimana mereka bekerja baik dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja jika itu di bawah standar.**
- c. Pengungkapan emosional : bagi banyak karyawan kelompok kerja mereka merupakan sumber utama untuk interaksi sosial, komunikasi yang terjadi di dalam kelompok itu merupakan mekanisme fundamental dengan mana anggota-anggota menunjukkan kekecewaan dan rasa puas mereka oleh karena itu komunikasi menyiarkan ungkapan emosional dari perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial.**
- d. Informasi : komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan meneruskan data guna mengenai dan menilai pilihan-pilihan alternatif (Robbins, 2002 : 310-311).**

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Secara umum, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

- Agar yang disampaikan komunikator dapat dimengerti oleh komunikan. Agar dapat dimengerti oleh komunikan maka komunikator perlu menjelaskan pesan utama dengan sejelas-jelasnya dan sedetail mungkin.
- Agar dapat memahami orang lain. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu dapat memahami individu yang lain dengan kemampuan mendengar apa yang dibicarakan orang lain.
- Agar pendapat kita diterima orang lain. Komunikasi dan pendekatan persuasif merupakan cara agar gagasan kita diterima oleh orang lain.
- Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Komunikasi dan pendekatan persuasif kita mampu membangun persamaan persepsi dengan orang kemudian menggerakkannya sesuai keinginan kita.

2.1.4 Syarat Komunikasi

Dalam berkomunikasi diperlukan syarat-syarat tertentu dalam penggunaannya. **Syarat-syarat komunikasi** adalah sebagai berikut..

- Source (sumber) : Source adalah dasar dalam penyampaian pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber komunikasi adalah orang, lembaga, buku dan lain-lain.
- Komunikator : komunikator adalah pelaku penyampain pesan yang berupa individu yang sedang berbicara atau penulis, dapat juga berupa kelompok

orang, organisasi komunikasi seperti televisi, radio, film, surat kabar, dan sebagainya.

- Pesan : pesan adalah keseluruhan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan mempunyai tema utama sebagai pengarah dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku orang lain.
- Saluran (channel) : Saluran adalah komunikator yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Saluran komunikasi berupa saluran formal (resmi) dan saluran informal (tidak resmi). Saluran formal adalah saluran yang mengikuti garis wewenang dari suatu organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahannya, sedangkan saluran informal adalah saluran yang berupa desas-desus, kabar burung dan kabar angin.
- Komunikan : komunikan adalah penerima pesan dalam komunikasi yang berupa individu, kelompok dan massa
- Effect (hasil) : efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi dengan bentuk terjadinya perubahan sikap dan perilaku komunikan. Perubahan itu bisa sesuai keinginan atau tidak sesuai dengan keinginan komunikator.

2.1.5 Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
- Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
- Penerima atau komunike (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
- Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
- Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan ("Protokol")

2.1.6 Proses Komunikasi

Untuk memahami proses komunikasi dapat dilihat dari unsur-unsur yang berkaitan dengan siapa pengirimnya (komunikator), apa yang dikatakan atau dikirimkan (pesan), saluran komunikasi apa yang digunakan (media), ditujukan untuk siapa (komunikan), dan apa akibat yang akan ditimbulkannya (efek).

Suatu pesan, sebelum dikirim, terlebih dahulu disandikan (*encoding*) ke dalam simbol-simbol yang dapat menggunakan pesan yang sesungguhnya ingin

disampaikan oleh pengirim. Apapun simbol yang dipergunakan, tujuan utama dari pengirim adalah menyediakan pesan dengan suatu cara yang dapat memaksimalkan kemungkinan dimana penerima dapat menginterpretasikan maksud yang diinginkan pengirim dalam suatu cara yang tepat. Pesan dari komunikator akan dikirimkan kepada penerima melalui suatu saluran atau media tertentu. Pesan yang di terima oleh penerima melalui simbol-simbol, selanjutnya akan ditransformasikan kembali (*decoding*) menjadi bahasa yang dimengerti sesuai dengan pikiran penerima sehingga menjadi pesan yang diharapkan (*perceived message*).

Hasil akhir yang diharapkan dari proses komunikasi yakni supaya tindakan atau pun perubahan sikap penerima sesuai dengan keinginan pengirim. Akan tetapi makna suatu pesan dipengaruhi bagaimana penerima merasakan pesan itu sesuai konteksnya. Oleh sebab itu, tindakan atau perubahan sikap selalu didasarkan atas pesan yang dirasakan.

Adanya umpan balik menunjukkan bahwa proses komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok dapat berfungsi sebagai pengirim sekaligus penerima dan masing-masing saling berinteraksi. Interaksi ini memungkinkan pengirim dapat memantau seberapa baik pesan-pesan yang dikirimkan dapat diterima atau apakah pesan yang disampaikan telah ditafsirkan secara benar sesuai yang diinginkan. Dalam kaitan ini sering digunakan konsep kegaduhan (*noise*) untuk menunjukkan bahwa ada semacam hambatan dalam proses komunikasi yang bisa saja terjadi pada pengirim, saluran, penerima atau umpan balik.

2.1.7 Lingkup Komunikasi1.

a. Bidang Komunikasi

Berdasarkan bidangnya, komunikasi jenisnya sbg berikut:

- a.Komunikasi Sosial
- b.Komunikasi Organisasi
- c.Komunikasi Bisnis
- d.Komunikasi Politik
- e.Komunikasi Internasional
- f.Komunikasi Antarbudaya
- g.Komunikasi pembangunan
- h.komunikasi tradisional
- i.komunikasi kesehatan, dll

b. Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya, komunikasi diklasifikasikan sbb.

- a.Komunikasi verbal
 - Komunikasi lisan
 - Komunikasi tulisan

b. Komunikasi non-verbal

-komunikasi kias (gesture/body language)

-komunikasi gambar

c. Komunikasi tatap muka (face to face communication)

d. komunikasi bermedia

c. Tatanan Komunikasi

Yang dimaksud dengan tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau lebih. Berdasarkan situasi komunikan seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut.

a. Komunikasi pribadi

-Komunikasi intrapersonal

-Komunikasi Interpersonal

b. Komunikasi Kelompok

-ceramah

-forum

-seminar, dll

c. Komunikasi massa

-komunikasi media massa cetak/pers (surat kabar/majalah)

-komunikasi media massa elektronik (radio, televisi, film, dll)

d.Komunikasi media

-surat

-pamflet

-spanduk

d. Tujuan Komunikasi

a.Mengubah sikap

b.Mengubah opini

c.Mengubah Perilaku

e.. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi diklarifikasikan menjadi.

a.Komunikasi Informatif

b.Komunikasi Persuasif

c.komunikasi pervasive

d.komunikasi koersif

e.Komunikasi instruktif

f. Metode Komunikasi

Istilah metode atau dlm bahasa inggris "method", berasal dari bahasa Yunani "methodos" yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti dan logis.

Metode komunikasi meliputi kegiatan yang terorganisir.

a. Jurnalisme/jurnalistik

-jurnalisme cetak (majalah, koran)

-jurnalisme elektronik (radio, televisi)

b. Humas (PR)

c. Periklanan, dll

2.2 Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Organisasi

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana.

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan:

”Organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.”(2001 : 217-318)

Robert Bonnington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan:

”Organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.” (2002 : 101-102)

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

”Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005).

Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Conrad (dalam Tubbs dan Moss, 2005) mengidentifikasi tiga komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah; fungsi relasional; fungsi manajemen ambigu.

1. Fungsi perintah berkenaan dengan anggota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
2. Fungsi relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan (*job performance*) dalam berbagai cara. Misal: kepuasan kerja; aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarkhi organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antarpersona yang baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dilakukan tidak anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dsb.
3. Fungsi manajemen ambigu berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misal: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri; tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

2.2.2 Gaya Komunikasi Organisasi

a. Gaya Komunikasi Mengendalikan

Gaya komunikasi mengendalikan (dalam bahasa Inggris: *The Controlling Style*) ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi,

memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*.

Pihak - pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha 'menjual' gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. *The controlling style of communication* ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula.

b. Gaya Komunikasi Dua Arah

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi The Equalitarian Style dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way communication*).

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

c. Gaya Komunikasi Berstruktur

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim

pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk memengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

d. Gaya Komunikasi Dinamis

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (salesmen atau saleswomen).

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah mestimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

e. The Relinquishing Style

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (sender) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

f. The Withdrawal Style

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

2.2.3 Jenis Komunikasi Organisasi

a. Komunikasi Atasan ke Bawahan (*Downward communication*)

Yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

- a) Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*)
- b) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*)
- c) Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)

d) Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Ada 4 metode dalam penyampaian informasi kepada para pegawai menurut Level (1972): Metode Penulisan, Metode Lisan, Metode Tulisan diikuti Lisan, dan Metode Lisan diikuti Tulisan.

b. Komunikasi Bawahan ke Atasan (*Upward Communication*)

Yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan (subordinate) mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah sebagai penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi mengenai persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan, penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Komunikasi ke atas menjadi terlalu rumit dan menyita waktu dan mungkin hanya segelintir kecil manajer organisasi yang mengetahui bagaimana cara memperoleh informasi dari bawah. Sharma (1979) mengemukakan 4 alasan mengapa komunikasi ke atas terlihat amat sulit: 1. Kecenderungan bagi pegawai untuk menyembunyikan pikiran mereka 2. Perasaan bahwa atasan mereka tidak tertarik kepada masalah yang dialami pegawai 3. Kurangnya penghargaan bagi komunikasi ke atas yang dilakukan pegawai 4. Perasaan bahwa atasan tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan pegawai

c. Komunikasi Horisontal (*Horizontal Communication*)

Yaitu komunikasi yang berlangsung di antara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah untuk memperbaiki koordinasi tugas, upaya pemecahan masalah, saling berbagi informasi, upaya pemecahan konflik, dan upaya membina hubungan melalui kegiatan bersama.

d. Komunikasi Lintas Saluran (Interline Communication)

Yaitu tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staf biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas-saluran yang dilakukan spesialis staf dan orang-orang lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai-rantai perintah lain, diperlukan kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas-saluran.

Ada dua kondisi yang harus dipenuhi dalam menggunakan komunikasi lintas-saluran:

1. Setiap pegawai yang ingin berkomunikasi melintas saluran harus meminta izin terlebih dahulu dari atasannya langsung
2. Setiap pegawai yang terlibat dalam komunikasi lintas-saluran harus memberitahukan hasil komunikasinya kepada atasannya.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

a. Fungsi Informatif

Fungsi komunikasi organisasi ini lebih menekankan akan adanya informasi yang terus diperbaharui. Lebih jelasnya, di dalam lingkup organisasi bila ingin membuat kebijakan maka salah satu upaya agar kebijakan tersebut dapat berjalan lancar dan sesuai rencana salah satunya dengan cara menyebarkan informasi secara komprehensif.

Selain sebagai manajemen dalam sebuah kebijakan komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi dalam hal informatif juga digunakan untuk mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Ya, dalam hal ini informasi terkait seluk beluk dan faktor-faktor konflik sangat penting untuk menyelesaikan sebuah masalah.

Hanya dengan menguasai masalah-lah, masalah dapat diselesaikan

Adapun contoh riil dari fungsi komunikasi organisasi bisa kita ambil manakala karyawan atau bawahan juga memerlukan kesejahteraan. Kesejahteraan tersebut berkaitan dengan jaminan keamanan social, kesehatan termasuk izin dan sebagainya. Intinya, karyawan membutuhkan informasi terkait hak-haknya setelah melakukan kewajiban.

b. Fungsi Regulatif

Makna regulatif adalah mengatur. Di sinilah peran komunikasi organisasi dalam menjalankan roda organisasi. Fungsi regulatif hadir untuk menerapkan peraturan-peraturan yang berlaku dalam sebuah organisasi.

Adapun dua hal yang sangat berpengaruh sekaligus mempengaruhi adanya peraturan regulatif adalah para atasan yakni orang-orang yang berada di lingkaran tataran manajemen. Selain atasan, fungsi regulatif juga berkaitan mengenai pesan atau *message* yang orientasinya lebih mengacu pada ketentuan kerja.

c. Fungsi Persuasif

Hanya orang-orang yang mengabdikan yang dapat memberikan inspirasi. Kiranya itulah yang menyebabkan penting adanya fungsi komunikasi organisasi dalam hal ini lebih mengarah kepada langkah persuasif.

Ya, ketika para karyawan berkerja untuk menciptakan kenyamanan dan rasa kepemilikan sering kali para atasan memberikan tugas kerja namun dalam bentuk penyampaian yang persuasif.

Tentu saja dengan langkah komunikasi yang persuasif, karyawan yang bekerja akan lebih mudah diajak dialog daripada dengan perintah atau arahan bernada keras.

d. Fungsi Integratif

Fungsi integratif adalah fungsi organisasi yang bertujuan untuk menyatukan semua elemen berada di organisasi. Harapannya, dengan adanya fungsi integratif ini akan dapat saling memahami antara satu dengan yang lainnya. Terlebih akan adanya ikatan batin yang kuat di antara sesama anggota demi terwujudnya tujuan bersama.

Fungsi ini sangat penting sebab komunikasi merupakan salah satu dasar akan lahirnya sebuah iklim komunikasi organisasi yang sehat. Dengan adanya fungsi integratif, hal-hal kecil terkait masalah pribadi tidak akan menjalar hingga menjadi masalah besar.

Adapun contoh dari fungsi integratif ini bisa berupa pelatihan *outbound*, bisa juga berwisata bersama atau hanya sekedar pertandingan olah raga yang bertujuan untuk menambah keakraban.

2.3 Jurnalistik

2.3.1 Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik didefinisikan sebagai suatu keterampilan atau kegiatan mengelola bahan berita, mulai dari peliputan sampai pada penyusunan yang layak disebarluaskan kepada masyarakat secara rutin setiap hari, melalui surat kabar dan majalah atau memancarkannya melalui siaran radio dan siaran televisi. Bagi wartawan atau jurnalis, memahami ilmu dan teknik jurnalistik tentu merupakan

hal yang mutlak. Namun demikian, masyarakat pembaca, pendengar, atau pemirsa pun penting mengenal dan memahami jurnalistik agar tidak menjadi objek pasif media massa.

Wartawan, dengan aktivitasnya tersebut, dapat disebut saksi sejarah sekaligus terus menuliskan catatan sejarah. Mantan editor *Washington Post*, **Phil Graham** menggambarannya sebagai “naskah kasar pertama sejarah” (*a first rough draft of history*) karena wartawan sering merekam peristiwa bersejarah pada saat kejadiannya dan pada saat yang sama harus membuat berita dalam tenggat waktu (*deadline*) yang pendek.

Istilah jurnalistik itu sendiri dapat ditinjau dari tiga sudut pandang, yakni : 1) secara harfiah; 2) secara konseptual; dan 3) secara praktis. Secara harfiah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya jurnal (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau *jour* dalam bahasa Prancis yang berarti hari (*day*). Asal-muasalnya dari bahasa Yunani kuno, *du jour* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran-lembaran tercetak.

Sedangkan secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari 3 (tiga) sudut pandang, yakni sebagai 1) proses; 2) teknik; dan 3) ilmu.

- Sebagai proses

Jurnalistik adalah aktivitas mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).

- Sebagai teknik

Jurnalistik adalah keahlian (*expertise*) atau keterampilan (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.

- Sebagai ilmu

Jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri.

Secara etimologis atau asal kata, istilah jurnalistik atau dalam bahasa Inggrisnya *Journalism*, dan dalam bahasa Belandanya *Journalistiek*, berasal dari perkataan Prancis, *Journa* yang artinya surat kabar. Istilah *Journa* sendiri berasal dari kata lain, *Diurna*, yang artinya tiap hari, harian, atau catatan harian.

Sedangkan pelakunya disebut *Diurnarii* (latin) atau dalam bahasa Inggris disebut *Journalist*, yaitu orang yang bertugas untuk mengumpulkan, mengolah dan kemudian menyiarkan “catatan-catatan harian” itu untuk kemudian diistilahkan berita. Sementara berdasarkan suku kata, istilah Jurnalistik terdiri atas *Jurnal* dan *Istik*. Jurnal berarti harian atau tiap hari atau catatan harian, sedangkan Istik mengandung makna seni yang merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan.

Dengan demikian, secara maknawiyah, jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari. Karya seni dimaksud memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian publik (pembaca, pendengar, pemirsa), sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya. Secara lebih luas, pengertian jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, opini dan perilaku khalayak (*feedback*) sesuai dengan kehendak para jurnalisnya atau media massanya.

”Suatu seni atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, serta menyajikan berita tentang suatu peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya,”(Kustadi Suhandang,1995)

2.3.2 Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolahaannya, jurnalistik di bagi ke dalam tiga bagian besar : jurnalistik media cetak (*newspaper and mengazine journalism*), jurnalistik media auditif (*radio broadcast journalism*) jurnalistik media audiovisual (*television jurnalism*). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalaah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik

audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *on line* (internet).

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing - masing. Ciri dan kekhasannya itu terletak pada aspek filosof penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang di timbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Sebagai contoh filosof surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi. Sedangkan filosof penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak di pengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memiliki dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjukan pada kemampuan kita dalam menata, menetapkan, mendesain, tata letak atau hak - hal yang menyangkut pada segi perwajahan. Materi berita merupakan hal yang sangat penting. Namun bila berita tersebut tidak di tetapkan dengan baik, dampaknya kurang berarti, hal ini hae=rus di perhatikan oleh bagian visual, tata letak, atau perwajahan.

Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang di sajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat, dan selera baca (surat kabar dan majalah), dan

selera menonton (televisi). Inilah antara lain yang membedakan karya jurnalistik dan karya lainnya seperti karya ilmiah.

2. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik media radio siaran, lebih banyak dipengaruhi oleh dimensi verbal, tehnologikal, dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata , kalimat, paragraf, secara efektif dan komunikatif. *Tehnologikal*, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat di tangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, tehnologikal, dan dimensi dramatik. *Verbal*, dengan kata - kata yang di susun secara singkat, padat, efektif. Visual lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat,. *Tehnologikal*, berkaitan dengan daya jangkau siaran,kualitas suara, dan gambar yang di hasilkan serta di terima oleh pesawat televisi penerima di rumah - rumah.

Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang di hasilkan oleh rangkaian gambar yang hasilkan secara stimulus. Aspek dramatik televisi menggabungkan tiga kekuatan sekaligus ; kekuatan gambar, suara, dan kata - kata, Inilah yang di sebut efek bersamaan dan efek simultan televisi.

2.4 Fenomenologi

Fenomenologi adalah sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Ilmu fenomenologi dalam filsafat biasa dihubungkan dengan ilmu hermeneutik, yaitu ilmu yang mempelajari arti dari pada fenomena ini.

Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh **Johann Heinrich Lambert** (1728 - 1777), seorang filsuf Jerman. Dalam bukunya *Neues Organon* (1764), dituliskannya tentang ilmu yang tak nyata.

Dalam pendekatan sastra, fenomenologi memanfaatkan pengalaman intuitif atas fenomena, sesuatu yang hadir dalam refleksi fenomenologis, sebagai titik awal dan usaha untuk mendapatkan fitur-hakikat dari pengalaman dan hakikat dari apa yang kita alami. **G.W.F. Hegel dan Edmund Husserl** adalah dua tokoh penting dalam pengembangan pendekatan filosofis ini.

Tradisi fenomenologi berkonsentrasi pada pengalaman pribadi termasuk bagian dari individu – individu yang ada saling memberikan pengalaman satu sama lainnya. Komunikasi di pandang sebagai proses berbagi pengalaman atau informasi antar individu melalui dialog. Hubungan baik antar individu mendapat kedudukan yang tinggi dalam tradisi ini. Dalam tradisi ini mengatakan bahwa bahasa adalah mewakili suatu pemaknaan terhadap benda. Jadi, satu kata saja sudah dapat memberikan pemaknaan pada suatu hal yang ingin di maknai.

Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang

dikemukakan oleh Littlejohn bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menuju pemaknaan.

Manusia memiliki paradigma tersendiri dalam memaknai sebuah realitas. Pengertian paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan sesuatu yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenolog mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersifat intersubyektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang

menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial.

Berdasarkan asumsi ontologis, penggunaan paradigma fenomeologi dalam memahami fenomena atau realitas tertentu, akan menempatkan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Realitas juga dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya relatif, yaitu sesuai dengan konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para aktor sosial. Secara epistemologi, ada interaksi antara subjek dengan realitas akan dikaji melalui sudut pandang interpretasi subjek. Sementara itu dari sisi aksiologis, nilai, etika, dan pilihan moral menjadi bagian integral dalam pengungkapan makna akan interpretasi subjek.

2.5 Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak".

Menurut Crow dan Allan, Komunitas dapat terbagi menjadi 3 komponen:

A. Berdasarkan Lokasi atau Tempat

Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat di mana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. Dan saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi dan memberikan kontribusi bagi lingkungannya.

B. Berdasarkan Minat

Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, hobi maupun berdasarkan kelainan seksual. Komunitas berdasarkan minat memiliki jumlah terbesar karena melingkupi berbagai aspek, contoh komunitas pecinta animasi dapat berpartisipasi diberbagai kegiatan yang berkaitan dengan animasi, seperti menggambar, mengkoleksi action figure maupun film.

C. Berdasarkan Komuni

Komuni dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

Menurut Christensson dan Robinson pengertian komunitas ialah :

“Komunitas adalah orang-orang yang tinggal di daerah yang terbatas secara geografis, mereka berkomunikasi dengan satu sama lain dan memiliki ikatan antara orang-orang yang tinggal di sana dan daerah tempat tinggal.” (Christensson dan Robinson- 1961)

2.6 Fotografi

Fotografi (dari bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu "*photos*" : Cahaya dan "*Grafo*" : Melukis/menulis) adalah proses melukis atau menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi

berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya.

Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa lightmeter. Setelah mendapat ukuran pencahayaan yang tepat, seorang fotografer bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan mengubah kombinasi ISO/ASA (ISO Speed), diafragma (Aperture), dan kecepatan rana (speed). Kombinasi antara ISO, Diafragma & Speed disebut sebagai pajanan (exposure).

2.6.1 Fotografi dalam dunia Jurnalistik

Sebuah foto berita memiliki kemampuan menyajikan secara rinci, langsung dan penikmatnya tak memerlukan proses penguraian pemikiran seperti halnya berita tulis. Karena itu foto memiliki sifat jujur, tanpa menambahkan atau mengurangi detail suatu kejadian.

Sebuah foto dapat berdiri sendiri, tapi media cetak tanpa foto rasanya kurang lengkap, mengapa foto begitu penting ? Karena foto merupakan salah satu media visual untuk merekam/mengabadikan atau menceritakan suatu peristiwa. Seperti yang di katakan oleh Kartono Ryadi :

**“Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi”
(Kartono Ryadi, Editor foto harian Kompas).**

Fotografi merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal, yaitu komunikasi dengan menggunakan gambar.

”Fotografi adalah bentuk ekspresi seorang fotografer terhadap apa yang dilihatnya/diabadikannya yang dikomunikasikan dengan gambar pada khalayak. (Audi Mirza Alwi. Fotojurnalistik. 2002 - 12).”

Foto jurnalis merupakan bentuk upaya dalam menceritakan atau menggambarkan, keadaan, benda, atau apa pun, yang pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas dari sebuah pemberitaan. Foto jurnalis terletak pada pilihan, membuat foto jurnalis berarti memilih foto mana yang cocok. (ex: di dalam peristiwa pernikahan, dokumentasi berarti mengambil/memfoto seluruh peristiwa dari mulai penerimaan tamu sampai selesai, tapi seorang wartawan foto hanya mengambil yang menarik, apakah public figure atau saat pemotongan tumpeng saat tumpengnya jatuh, khan menarik) hal lain yang membedakan antara foto dokumentasi dengan foto jurnalis hanya terbatas pada apakah foto itu dipublikasikan (media massa) atau tidak.

Selain dari itu keberadaan foto jurnalis taklepas dari unsur berita dan kualitas dari sebuah foto, seperti yang dikatakan Sukantendel dalam Pratikto :

”Selain memperhatikan unsur-unsur tersebut, dalam menghasilkan sebuah foto berita diperlukan teknik pengambilan gambar, dengan tujuan agar dapat menghasilkan sebuah foto berita yang layak untuk diterbitkan, terkadang sebuah foto berita tak lepas dari unsur estetik, dan keindahan” (Sukatendel, dalam pratikto, 1987 : 201)

2.6.2 Fotografer

Fotografer pada era sekarang dibagi menjadi dua, yaitu profesi dan hobi. Pengertian Fotografer jika dilihat dari hobi yaitu seseorang yang melakukan aktivitas fotografi dengan maksud untuk melakukan kegiatan rekreasi disaat waktu luang untuk menenangkan pikiran atau untuk memenuhi keinginan untuk mendapatkan kesenangan.

Dan Pengertian Fotografer jika dilihat dari profesi adalah seseorang yang melakukan kegiatan fotografi secara profesional yang merupakan tanggung jawabnya yang sebagai kegiatan pokok untuk memperoleh penghasilan. Jadi Profesi Fotografi adalah seseorang yang hidup dari fotografi. Seperti halnya profesi-profesi lain nya, profesi sebagai guru, profesi sebagai dokter, dan lain-lainnya, mereka memerankan keahlihan nya masing-masing untuk mendapatkan penghasilan.

2.7 Kamera

Kamera merupakan salah satu penemuan penting yang dicapai umat manusia. Berabad – abad yang lalu orang telah mengetahui bahwa kalau cahaya lurus dari sebuah lobang kecil kedalam sebuah ruangan yang gelap maka pada dinding dihadapannya kelihatan bayangan dari apa yang ada dimuka lubang itu. Hanya dalam keadaan terbalik, yang di atas ke bawah dan sebaliknya. Ruangan seperti itu disebut “ Kamera Obscura “ yang artinya tidak lain dari pada kamar gelap. Dari perkataan kamera obscura itulah lahir perkataan kamera, nama yang

diberikan untuk alat pemotret. Inilah yang mula – mula disebut Kamera Obscura (kamera = kamar, Obscura = gelap), yaitu sebuah ruangan yang gelap dengan lubang kecil pada salah satu dindingnya. Kajian ilmu optik berupa kamera obscura itulah yang mendasari kinerja kamera yang saat ini digunakan umat manusia. Oleh kamus Webster, fenomena ini secara harfiah diartikan sebagai “ruang gelap”. Biasanya bentuknya berupa kertas kardus dengan lubang kecil untuk masuknya cahaya. Teori yang dipecahkan Al-Haitham itu telah mengilhami penemuan film yang kemudiannya disambung-sambung dan dimainkan kepada para penonton.

Jika kita perhatikan perkembangan kamera di masa kini, sungguh sangat luar biasa pertumbuhannya. Hampir di setiap manusia berada, tidak lepas dari keberadaan kamera. Dapat dikatakan bahwa kamera kini telah menjadi kebutuhan pokok. Bagaimana tidak, hampir di setiap handphone yang dimiliki sebagian besar masyarakat ada fasilitas kameranya.

Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan teknologi kamera semakin hari berkembang semakin pesat. Fungsi dan kebutuhan penggunaannya pun semakin luas dirasakan oleh berbagai pihak. Kamera tidak hanya digunakan sekedar untuk menangkap objek yang berfungsi sebagai kenang-kenangan semata, tetapi juga digunakan untuk menangkap objek yang sedang bergerak. Sebut saja perkembangannya kemudian seperti kamera video, kamera mikro, kamera sensor dan lain sebagainya.

2.7.1 Kamera Analog

Kamera Analog adalah salah satu kategori kamera yang dalam teknik pengambilan gambarnya, masih menggunakan film seluloid. Film seluloid ini mempunyai tiga buah elemen dasar, yaitu elemen optikal yang berupa berbagai macam lensa, elemen kimia berupa film seluloid itu sendiri, serta elemen mekanik yang berupa badan dari kamera itu sendiri. Selain itu, kamera analog membutuhkan bukaan diafragma 1/f detik, sehingga cahaya yang ditangkap, bisa diterima oleh film tersebut menjadisebuah gambar.

Di dalam kehidupan masyarakat, kamera analog ini biasanya lebih akrab dengan sebutan kamera film. Hal ini disebabkan karena penggunaan film pada kamera tersebut, sebagai media perekam atau penyimpanannya. Film tersebut juga biasa dikenal dengan sebutan klise atau negatif.

Film pada kamera analog berfungsi ganda sebagai penerima gambar sekaligus sebagai penyimpan data gambar yang dihasilkan. Pada media film berlaku 1 gambar yang kita peroleh akan disimpan dalam 1 media film. Umumnya produsen menyediakan 1 roll film yang berisi sejumlah film dengan tujuan agar para konsumen tidak perlu selalu mengganti film yang sudah terpakai.

Sedangkan pengertian otomatis adalah kemampuan suatu kamera dalam menyediakan fungsi-fungsi otomatis dalam hal pengaturan cahaya yang masuk sehingga gambar yang dihasilkan dapat memiliki komposisi pencahayaan yang tepat. Berbeda dengan fungsi manual dimana kita harus mengatur sendiri seberapa

banyak cahaya yang masuk agar dapat menghasilkan gambar yang sesuai dengan harapan kita.

Sebelum Kita kenal dengan kamera digital, dahulu jauh sebelumnya Kita lebih seiring bersinggungan dengan kamera analog. Seiring berjalannya masa kamera jenis ini mulai terlupakan dengan munculnya kamera model baru dengan teknologi baru. Kamera digital menjadi salah satu penyebab mengapa kamera yang model analog mudah dilupakan masyarakat. Bersama kamera digital nyaris semua orang bisa memiliki dan menggunakannya tanpa perlu belajar banyak mengenai ilmu pemotretan. Meski begitu ada sekian kelebihan dari kamera jenis analog yang tidak akan tergantikan oleh kamera digital, berikut ini:

A. Tidak terbentur dengan resolusi

Bagi pengguna kamera digital tentunya akan sangat akrab dengan istilah resolusi, semakin tinggi resolusi dan kerapatan optiknya. Maka hasil foto dari kamera tersebut akan lebih bagus dengan warna-warna yang tentunya lebih kuat. Sayangnya resolusi yang tinggi akan mahal dan mudah pecah jika dicetak dengan ukuran kertas lebih lebar. Berbeda dengan analog, dimana tidak mengenal batasan dalam istilah resolusi. Sehingga bisa dicetak dengan kertas ukuran berapapun dan dijamin tidak akan pecah sehingga foto nampak lebih sempurna.

B. Tidak terkendala baterai yang habis

Kamera digital secanggih dan semahal apapun akan terbatas pemanfaatannya oleh energi baterai yang ada. Model baterai kamera digital ada dua macam, yakni yang discharge maupun dengan baterai biasa seperti yang

digunakan pada jam dinding. Jika teledor saat hendak bepergian dengannya tidak dicharge atau diganti baterainya dengan yang baru. Maka jangan menyesal jika kamera di saku tidak bisa digunakan lantaran kehabisan baterai. Berbeda cukup jauh dengan kamera analog sebab tidak menggunakan baterai sehingga bisa digunakan kapan saja. Kita tidak perlu berurusan dengan kabel dan mengecek berulang kali untuk memastikan kamera bisa digunakan.

C. Bagian atau bahan kamera yang lebih tahan lama

Banyak pemilik kamera digital yang mengeluhkan ketika kameranya rusak karena kemasukan sedikit air, terbentur maupun jatuh ke lantai. Hal ini lumrah terjadi karena komponen yang terdapat di dalam kamera digital mayoritas dari komponen yang lebih sensitif. Teledor sedikit saja bisa mengurangi atau bahkan membuatnya tidak berfungsi secara normal. Namun kamera jenis analog cukup wantek, komponen yang ada di dalamnya tergolong kuat dan tahan lama. Bersama kamera ini Kita tidak perlu khawatir mudah rusak jika mengalami benturan atau kecelakaan kecil.

D. Warna gambar tergolong vivid

Istilah vivid memiliki arti bahwa gambar yang dihasilkan oleh sebuah kamera akan lebih apa adanya sesuai dengan kondisi obyek. Maka jangan heran jika melihat cetakan foto kamera jenis ini lebih mencolok dengan susunan warna yang hidup dan menarik. Sementara kamera digital akan mengalami penurunan kualitas warna disebabkan oleh kemampuan olah lensa yang terbentur oleh resolusi, pencahayaan, dan sebagainya.

2.8 Perkembangan Komunitas Bandung Analog

Bandung Analog ialah suatu komunitas yang berdiri sejak tahun 2015 yang merupakan sebagai wadah para pecinta seni fotografi yang khususnya kamera analog.

Setiap fenomena dapat menimbulkan fenomena lainnya, fenomena digital fotografi menimbulkan fenomena terlahirnya analog fotografi. Analog fotografi sendiri bukan hanya sekedar teknik dan aliran dalam dunia fotografi, tetapi juga merupakan sebuah budaya urban yang pada masa ini banyak sekali dilirik oleh masyarakat pada umumnya. Dimana aktivitasnya timbul akibat pertemuan budaya digital modern dan interest yang jenuh akan apa yang sudah ada. Budaya ini tumbuh dan menyesuaikan diri pada ruang-ruang publik.

Berdasarkan perkembangan tersebut, kepemilikan seseorang akan kamera analog di masa sekarang ini bukanlah hal yang aneh lagi. Bahkan menurut mereka, kamera sudah menjadi sebuah benda penting yang wajib untuk dimiliki dan dibawa kemana saja untuk mengabadikan moment yang mereka lalui. Namun pada beberapa kalangan tertentu, kamera bukan hanya sekedar sarana untuk mendokumentasikan semata tetapi sudah menjadi alat untuk menyalurkan kreativitas dan ekspresi mereka, tak jarang dari mereka melihatnya sebagai sebuah prospek yang cerah, yang bila dikembangkan dengan baik dapat dijadikan sebuah karir.

Sayangnya sarana fotografi yang berfungsi sebagai media berekspresi dan menampung kreativitas para komunitas masih sangat sedikit. Hal ini tidak

seimbang dengan perkembangan fotografi dan kebutuhan manusia sendiri terhadap sarana fotografi, sehingga akhirnya bakat-bakat dan potensi yang dimiliki tidak dapat terealisasikan dan berkembang dengan baik. Informasi-informasi dan pengetahuan terhadap kamera masih sangat sulit untuk didapat. Nyatanya di Indonesia, fasilitas yang tersedia untuk kamera hanyalah sebatas untuk pembelian saja, jasa untuk perbaikan pun terbatas untuk kamera yang memiliki brand ternama.

Melihat perkembangan yang cenderung meningkat pada penggunaan kamera analog serta keterkaitannya dengan bidang-bidang IPTEK lainnya, maka ada banyak sekali kebutuhan serta keinginan untuk mengikuti perkembangan tersebut. Kebutuhan-kebutuhan tersebut antarlain seperti tersedianya suatu fasilitas untuk menampung para komunitas pengguna kamera analog, juga suatu wadah yang membuat masyarakat umum dapat turut serta mempelajari dan menampung kegiatan-kegiatan dalam bidang fotografi, seperti : pameran, informasi, pendidikan, eksperimen, diskusi, jasa dan pelayanan, serta promosi yang tentunya dapat bermanfaat bagi si pemakai bangunan pada khususnya dan juga mampu menunjang laju pembangunan daerah setempat pada umumnya.

2.9 Kerangka Pemikiran

2.9.1 Fenomenologi

Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung, dengan demikian fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai* yang berarti "menapak". Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinkch. Meskipun demikian yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah **Edmund Husserl**.

Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi itu ialah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Menurut **Kuswarno** yang dikutip dari bukunya **Metode Penelitian Komunikasi**:

"Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain (Kuswarno, 2009:1)."

Selanjutnya menurut Fenomenologi dari Alfred Schutz (1899-1959)

Schutz dalam fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubjektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubjektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

- Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain?
- Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
- Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?

”Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubjektif. Yang dimaksud dengan dunia intersubjektif ini adalah kehidupan-dunia (life-world) atau dunia kehidupan sehari-hari (Ritzer dan Goodman, 2007:94).”

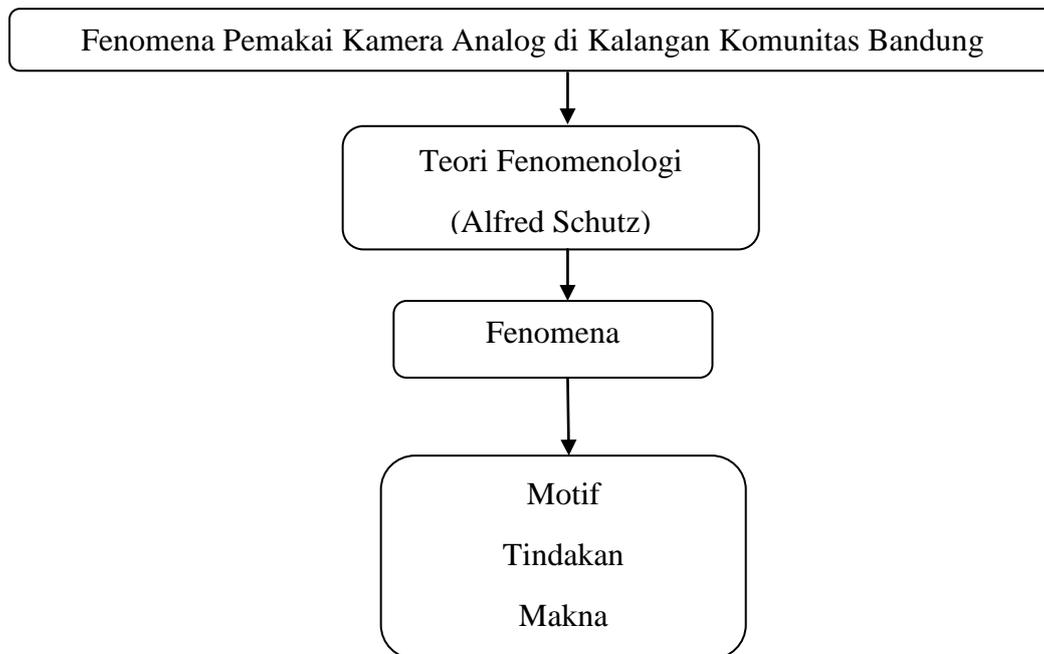
Pemikiran fenomenologi dari Alfred Schutz yang mengemukakan

“Bahwa realitas itu bersifat ganda, yakni ada dunia obyektif yang empiris dan dunia kesadaran subjektif. Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek (Kuswarno, 2009:1).

Konsep fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz biasa diistilahkan dengan fenomenologi sosial. Schutz berusaha menyusun konsep fenomenologi yang disusun Husserl agar lebih dipahami.

“Konsep Husserl memang memiliki kesan yang lebih abstrak, dan Schutz menyusun fenomenologi menjadi konsep yang lebih praktis (Annisarizki, 2015:5).”

Dengan adanya teori fenomenologi, menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi. Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut:

Gambar 2.1**Bagan Kerangka Pemikiran**

Sumber: Alfred Schutz, , Modifikasi penulis & pembimbing 2017