**BAB II**

# TINJAUAN PUSTAKA

1. **Komunikasi**
2. **Pengertian Komunikasi**

Manusia adalah mahluk sosial. Seorang individu tidak bisa hidup seorang diri melainkan harus hidup saling melengkapi satu sama lain antar sesama manusia. Manusia juga perlu berkomunikasi untuk membina suatu hubungan antar sesama manusia karena komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia. Kehidupan sehari-hari kita menemukan peristiwa komunikasi dimana-mana.

Pengertian komunikasi secara *etimologis* berasal dari perkataan latin “*communication*’ istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi menurut ***rogers*** dan ***D. Lawrence Kincaid*** yang dikutip oleng ***Cangara*** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** berpendapat bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membunuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.” (1998:20)**

Dari penjelasan diatas, menjelaskan bahwa komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih. Proses komunikasi merupakan bentuk dan kegiatan pertukaran pesan atau informasi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat diterima maksud dan tujuannya, sehingga terbentuk adanya kesamaan makna dan pengertian dari pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi tidak hanya secara satu arah melainkan secara dua arah, yaitu pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dapat diterima dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan kepada pengirim pesan.

**Effendy** dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasimengatakan:

**”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 Suprapto** 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).**

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia diseluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi pun bisa dilakukan dengan media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia.

Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi komunikasi akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sam dengan baiknya oleh pihak lain atau penerima pesan tersebut.

Menurut **Little Jhon** yang diikuti oleh **Bungin** dalam buku **Sosiologi Komunikasi,** sebagai salah satu ilmu pengetahuan sosial, ilmu komunikasi adalah

***Communication as a social science, communication involves understanding how people behave in creating, excanging and interpreting message, Consequently, communication inquiry combines both scientific and humanistic methods* (2007:239)**

Jadi, komunikasi adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang memiliki ciri-ciri berkenaan dengan pemahaman bagaimana orang berperilaku dalam menciptakan, mempertukarkan serta menginterprestasikan pesan-pesan,

1. **Unsur-Unsur Komunikasi**

**Lasswell** menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,** yaitu

**“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat dan atau hasil apa? (*who? Says what? In which chanel? To whom? With what effect?)*”(2007:69)**

Penjelasan diatas sudah menjelaskan unsur-unsur yang ada pada komunikasi. Berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut **Lasswell** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** ada 5 unsur, yaitu :

1. **Sumber (source)**

**Nama lain dari sumber adalah *sender*, *communicator, speaker, encoder* atau *originator.* Merupaka pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saj berupa individu, kelompok, organisai, perusahaan bahkan negara.**

1. **Pesan (*message)***

**Merupakan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagsan atau maksud dari sumber (*source)***

1. **Saluran *(channel, media)***

**Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source)* untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.**

1. **Penerima (*receive)***

**Nama lain dari penerima adalah *destination, communicate, decoder, audience, listener,* dan *interpreter* dimana penerima meruoakan orang yang menerima pesan.**

1. **Efek *(effect)***

**Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (2007:72)**

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan kelima unsur ini saling bergantung satu sama lain. Artinya tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi  pengaruh pada jalannya komunikasi.

* + 1. **Fungsi Komunikasi**

**a. Kendali : komunikasi bertindak untuk mengendalikan prilaku 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).**

* + 1. **Sifat-Sifat Komunikasi**

Sifat-sifat komuniksi menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek** adalah sebagai berikut:

1. **Tatap Muka *(face to face)***

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan teman bicara dimana dalam kegiatan komunikasi ini komunikan dan komunikator sling bertatap muka. Contoh dari konteks komunikasi tatap muka ini adalah komunikasi antar personal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi.**

1. **Bermedia (*mediate)***

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan suatu media dimana berkaitan erat dengan penguasaan pengetahuan dan pengguanaan teknologi komunikasi. Contoh dari konteks komunikasi bermedia ini adalah komunikasi masa dan komunikasi media. (2001:32)**

Dari penjelasan diatas kita mengetahui bahwa banyak sifat-sifat komunikasi. Melihat berkembangnya zaman, setiap individu memiliki caranya tersendiri untuk berkomunikasi tergantung pada situasi dan kondisinya.

* + 1. **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 presepsi dengan orang kemudian menggerakkannya sesuai keinginan kita.

**2.1.6 Proses Komunikasi**

Untuk memahami [proses komunikasi](http://tipsserbaserbi.blogspot.com/2014/12/proses-komunikasi-dan-penjelasannya.html) 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 melaui 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.

**2.2 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) mengidentifikasikan tiga komunikasi organisasi sebagai berikut: fungsi perintah; fungsi relasional; fungsi manajemen ambigu.

**1. Fungsi perintah berkenaan dengan angota-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 kenirja 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 dlakukan 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](https://id.wikipedia.org/wiki/Kekuasaan) untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

Pesan-pesan yag 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 demkian, 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](https://id.wikipedia.org/wiki/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](https://id.wikipedia.org/wiki/Karyawan) atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

#### e. The Relinguishing 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 dibebankannya.

#### 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 Organsasi**

#### 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-eraturan yang berlaku dalam sebuah organisasi.

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

#### c. Fungsi Persuasif

Hanya orang-orang yang mengabdilah yang dapat membrikan 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 kenyaamanan 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 memahmi 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 organiasi 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.

* 1. **Jurnalistik**
     1. **Pengertian Jurnalistik**

Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda “*journalistiek*” atau dalam bahasa Inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa Latin “diurnal” yang berarti “harian” atau “setiap hari”. Hal itu berarti bahwa jurnalistik adalah catatan atau laporan harian yang disajikan untuk khalayak atau massa.

**Effendi (1993:94)** dalam buku berjudul **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi**, mengatakan bahwa :

**“Jurnalistik dapat di definisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarluaskan kepada khalayak.”**

Pencarian,penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan media yang digunakanpun sangat beragam, baik menggunakan media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

**Poewodarminta (2001:482)** dalambuku berjudul **Kamus Besar Bahasa Indonesia** mengatakan bahwa :

**“Jurnalistik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik.”**

Jadi Jurnalistik merupakan pekerjaan yang berada di media dengan cara mengolah data serta menerbitkannya.

**Romli** **(2001:70)** dalam buku berjudul **Jurnalistik Praktis**, mengatakan bahwa

“Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarluaskan peristiwayang bernilai berita (news) dan pandangan (views) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan.”

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik baik cetak maupun elektronik. Karya jurnalistik adalah uraian fakta atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik. Bahwa kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip tidak boleh memasukan opini pribadi, nerita yang disajikan pun hanya fakta yang mengandung kebenaran, harus memiliki unsur yang ada, naskah berita lugas dan mengandung daya gerak.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik memiliki bentuk dan memiliki bagian besar sehingga bentuk nya dapat terbagi-bagi.

**Sumadiria (2006:4-6)** dalam buku berjudul **Jurnalistik Indonesia** dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media cetak**

**Jurnalistik media meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet).”**

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa jurnalistik merupakan suatu proses aktivitas, sedangkan media massa adalah produk aktivitas tersebut dan pers sebagai wadah yang menampung aktivitas jurnalistik tersebut.

* 1. **Fenomenologi**

**2.4.1 Sejarah Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abab ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengeetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Imanuel Kant memulai sesekali menggunakan Istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya johann Gottlieb Fitchte dan G. W. F. Hegel. Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena pada abad inilah , pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akallah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam **Fenomenologi Engkus** menyebutkan bahwa **fenomena** adalah:

**Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)**

Jadi bisa kita simpulkan pula bahwa imanuel kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsur mana yang berasal dari pengamalan (*phenomena*), dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in its self*). Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology from an Emprical Standpoint* (1874). Bretano mendefinisikan **fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar.** Kemudian ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik (objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk). Jadi bagi Bretano, fenomena fisik ada karena “kesengajaan”, dalam tindakan sadar (*intentional in existence*).

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang di kutif **Engkus** dalam bukunya f**enomenologi**¸ pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khalayan, keinginan, atau pikiran. (2009:5)**

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh bretano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Selanjutnya Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengkasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain bretano dan william james dengan *principles of psycology* (1891), berkembang pula teori semantik atau logika dari Bernard Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termasuk Gottlob Frege.

Husserl melalui tulisannya yang berjudul *Logical Investigations* menggabungkan antar psikologi deskriptif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Husserl terinpirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika ideal dan psikologi deskriptif.

Menurut **husserl** yang dikutif **Engkus** dalam bukunya **Fenomenologi** menjelaskan bahwa :

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*), dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. (2009:6)**

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis, dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Interpretasi Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah satu aspek dari objek, ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi, ini menjadikan fenomenologi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi adalah ranah filsafat. Pada umumnnya pembahasan filosfis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemologi, etika, dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. Fenomenologi dan Ontologi

Ditinjau dari ontologi, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran secara ontologis, fenomenologi akan dibawa kedalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*).

Sebagai pengembangan pembahasan ontologi, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universals and particulars*), hubungan keseluruhan dan bagiannya, dan teori tentang makna ideal.

1. Fenomenologi dan Epistimologi

Berkenaan dengan epistimologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan , fenomenologi terutama mebantu dalam mendefinisikan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaraan dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut husserll sebagai epistemologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kiranya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan hingga saat ini. Namun kedudukan fenomenologi sebagai sebuah aliran filsafat kiranya tidak perlu diragukan lagi. Apalagi secara historis, fenomenologi merupakan bagian dari filsafat, sebagaimana halnya matematika dan logika. Kemampuan fenomenologi dalam memenuhi kriteria ilmu ditinjau dari bidang-bidang inti filsafat pun, secara tidak langsung telah mengukuhkan kedudukan fenomenologi sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri.

1. Fenomenologi dan Logika

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna-lah yang membawa husserl kepada “teori kesengajaan”, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantik dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat paada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk simbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa komputer.

1. Fenomenologi dan Etika

Fenomenologi mungkin saja memainkan peran penting dalam bidang etika dengan menawarkan analisis terhadap kehendak, penelaian, kebahagian dan perhatian terhadap orang lain (dalam bentuk simpati dan empati). Apabila menelaah sejarah fenomenologi, akan kita temukan bahwa etika menjadi tujuan akhir fenomenologi.

* + 1. **Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum yaitu :

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan atau tidak.

1. *The postulate of logical subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti harus memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

1. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan membiasakan bahwa kontruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan kontruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transedental-nya Husserl dengan konsep verstehen yang merupakan buah pemikiran webber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transedental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji ‘sesuatu yang muncul’, mengkaji fenomena yang terjadi disekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologinya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world*.

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowlodge* yang menfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *useful knowledge*. *Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas) dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

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

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Ada beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubyektivitas, antara lain :

1. Tipifikasi pengalaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
2. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’).
3. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksudkan sosiolog sebagai *system*, *role status*, *role expectation* dan *institutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt*, *mitwelt*, *folgewelt* dan *vorwelt*.

1. *Umwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
3. *Folgewelt*, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
4. *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini :

1. *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagai sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.
3. *The analyst* (analis), seseorang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.
4. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi social yaitu :
5. Pertama, perhatian terhadap aktor.
6. Kedua, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*).
7. Ketiga, memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
8. Keempat, memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.
   1. **Media**
      1. **Definisi Media**

Kata media berasal dari Bahasa latin, merupakan bentuk jamak dari karya “medium” yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar. Menurut Arsyad (2002:4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyebarkan ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, atau gagasan pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju, jadi media merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesan dengan tujuan agar pengguna dapat lebih mudah dalam mencapai sesuatu.

* + 1. **Jenis-Jenis Media**

Menurut **Rudi Berts** dalam bukunya **Media Pembelajaran** membagi media berdasarkan indera yang terlihat, yaitu :

1. **Media Audio**

**Media audio yaitu media yang hanya melibatkan indera pendengaran dan hanya mampu memanipulasi kemampuan suara semata. Dilihat dari sifat pesan yang diterimanya, media audio ini menerima pesan verbal dan juga non-verbal. Pesan verbal audio yaitu Bahasa lisan atau kata-kata, dan pesan non-verbal. Audio adalah seperti bunyi-bunyian dan vokalisasi, seperti gerutuan, gumam, music dan lain-lain.**

1. **Media Visual**

**Media visual yaitu media yang hanya melibatkan indera penglihatan, termasuk dalam jenis media ini adalah cetak verbal, media cetak grafis, dan media visual non cetak. Pertama, media visual verbal adalah media visual yang memuat pesan verbal (pesan linguistic berbentuk tulisan). Kedua, media visual non verbal grafis adalah media visual yang membuat pesan non verbal yakni berupa simbol-simbol visual atau nsur-unsur grafis, seperti gambar (sketsa, lukisan dan foto), grafik diagram bagan, dan peta. Ketiga, media visual yang memiliki tiga dimensi, berupa model, seperti miniature, *mock up. Specimen* dan diorama.**

1. **Media Audio Visual**

**Media audio visual yaitu media yang melibatkan indera pendengaran dan penglihatan sekaligus dalam suatu proses. Sifat pesan yang didapat disalurkan media dapat beberapa pesan verbal dan non verbal yang terdengar layaknya media visual juga pesan verbal yang terdengar layaknya media audio diatas. Pesan visual yang terdengar dan terlihat itu dapat disajukan melalui program audio visual seperti film documenter, film drama dan lain-lain. (2003:52)**

Dari jenis-jenis tersebut terlihat perbedaan antara media audio, media visual, dan media audio visual. Dengan indera kita pun, kita bisa membedakan media.

* + 1. **New Media**

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang telah mengimbangi kehebatan media massa yang selama ini menjadi primadona di antara media lainnya sebagai media penyampai dan pertukaran pesan. Kehadiran internt di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal munculnya Media Baru (New Media).

Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih singkat dan memiliki jangkauan luas.

Istilah media baru merujuk kepada “digital devices” yakni alat komunikasi elektronik yang hanya butuh sentuhan jari. Menurut pakar komunikasi **Denis McQuail** dalam buku **Teori Komunikasi Massa** menjelaskan ciri-ciri utama dalam media baru, yaitu:

1. **Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas)**
2. **Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan**
3. **Interaktivitas**
4. **Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka**
5. **Sifat yang ada dimana-mana (2011:43)**

Kemunculan media baru turut andil dalam perubahan pola kumunikasi di masyarakat. Media baru, dan dalam hal yang terasa adalah kemunculan internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya diberlahan dunia.

**Little Jhon dan Foss** dalam **bukunya Teori Komunikasi; The Teories of Human Communicatio** menyebutkan bahwa media baru sebagai “media kedua” dan media yang sebelumnya atau media massa adalah sebagai “media pertama” Perbedaan paling dominan antara kedua media tersebut ia membandingkan diantara keduanya dengan memberikan gambaran sebagai berikut :

**Era media pertama digambarkan oleh (1) Sentralisasi Produksi ( satu menjadi banyak); (2) Komunikasi Satu Arah; (3) Kendali Situasi, untuk sebagian besar; (4) Reproduksi Stratifikasi Sosial dan Perbedaan melalui Media; (5) Audien Massa yang Terpecah; (6) Pembentukan Kesadaran Sosial. Era media kedua sebaliknya, dapat digambarkan sebagai : (1) Desentralisasi; (2) Dua Arah; (3) Diluar Kendali situasi; (4) Demokratisasi; (5) Mengangkat Kesadaran Individu; (6) Orientasi Individu. (2009:413)**

Dari rincian di atas dapat disimpulkan bahwa media baru bersifat lebih bebas dibandingkan dengan media sebelumnya dan adanya komunikasi dua arah (interaktif) merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan dengan mudah, karena siapa saja bisa masuk menjadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi.

* 1. **Internet**

**2.6.1 Pengertian Internet**

Internet merupakan singkatan dari *Internet Networking*, internet berasal dari Bahasa latin *“inter”* yang berarti antara. Secara kata perkata internet berarti jaringan antara atau penghubung, sehingga kesimpulan dari internet adalah hubungan antara berbagai jenis computer dan jaringan di dunia yang berbeda system operasi maupun aplikasi dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protocol standar dalam berkomunikasi yaitu protocol TCP/IP *(transmission control/internet protocol)*, pengertian dijelaskan menurut pendapat Supriyanto (2008:60). Dan secara sederhana internet dapat diartikan kumpulan dari beberapa computer, bahkan jutaan computer di seluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lainnya. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel/serat optic, satelit atau melalui sambungan telepon (Harjono 2009:1).

Dari pendapat tersebut memberikan artian bahwa internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh pengguna di seluruh dunia dalam interkoneksi antara jaringan computer yang terbentuk melalui sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak.

* + 1. **Internet Sebagai Media Komunikasi**

Penggunaan new media atau media baru seperti smartphone, Komputer dan media internet mulai merambah dikalangan Indonesia, dari mulai anak-anak hingga dewasa. Dampaknya adalah orang-orang yang menghabiskan waktunya berhari-hari dengan orang lain, dan permainan dunia maya memberi dimensi pengalaman dan kepuasan baru bagi penggunanya, dengan internet kita berkomunikasi tanpa tau lawan biacara kita siapa. bahkan perusahaan telepon seperti GSM dan CDMA pun mengembangkan jaringannya dari mulai GPRS, 3G, HSDPA, EVDO hingga sekarang mulai bermuculan Jaringan 4G sebagai salah satu jaringan internetnya, maka pengguna internet semakin praktis karna tidak perlu ada kabel jaringan telekomunikasi.

Perkembangan internet sangat cepat yang akhirnya menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi. Sekarang ini *e-commerce* (pandangan lewat internet) mulai berperan penting dalam hidup kita. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh universitas Texas pada tahun 1999 menunjukan bahwa *ecommerce* menjadi kekuatan utama dalam masyarakat kita.

Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan semua manusia karna sebegai media yang terbukti cepat untuk mengakses berbagai informasi secara cepat dibanding media konvensional. Internet digunakan berbagai jenis smartphone yang berbagai merek. Jutaan orang setiap harinya mengakses internet, Karena konsep komunikasi yang ada di internet tidak luput dari sander, message, receiver, chanel dan effect. Peran internet pun sangat banyak, internet mampu memperlacar kegiatas atau proses komunikasi dan cara pandang sehingga mendapat kemudahan dilakukan secara elektronik. Internet mampu menampung berbagai informasi bahkan buakn dari seorang jurnalis akan tetapi masyarakat bisa memberikan informasinya melalui internet yang serig disebut netizen journalism.

Kehadiran internet di Indonesia sudah cukup begitu lama dan dengan adanya internet di Indonesia segala macam bidang kegiatan akanterasa lebih mudah dan tentu saja dalam proses komunikasi, dan saat ini tidak dapat dipungkiri lagi kehadiran internet membatu menjadikan kegiatan komunikasi semakin lebih mudah dan praktis. Dan juga internet menjadi yang banyak dipilih oleh masyarakat khususnya anak-anak muda yang melakukan komunikasi jarak jauh dalam membutuhkan suatu informasi yang cepat.

* 1. **Aplikasi**

**2.7.1 Pengertian Aplikasi**

Menurut kamus besar bahasan Indonesia (1998:52), “Aplikasi adalah penerapan dari penerapan system untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan Bahasa pemograman tertentu”. Secara historis, aplikasi adalah software yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan. App adalah software yang di beli perusahaan dari tempat pembuatannya. Aplikasi yang menggunakan System Operation (OS) computer dan aplikasi lainnya yang dapat mendukung.

Aplikasi memiliki 2 tipe yang dimana 2 tipe tersebut adalah apilikasi online dan aplikasi non online, dimana aplikasi online membutuhkan jaringan internet agar dapat mengoprasikan atau menjalankan aplikasi namun sebaliknya aplikasi non online tidak perlu menggunakan jaringan internet akan dapat mengoprasikan suatu aplikasi. Adapun pengertian aplikasi menurut Jogiyanto (1999:12) adalah penggunaan dalam suatu computer, intruksi atau pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga computer dapat memproses input dan output

* + 1. **Klasifikasi Aplikasi**

Aplikasi dapat digolongkan meliputi beberapa kelas, kelas-kelas tersebut antara lain:

1. Perangkat lunak (enterprise)
2. Perangkat lunak infrastruktur perusahaan
3. Perangkat lunak informasi kerja
4. Perangkat lunak media dan hiburan
5. Perangkat lunak Pendidikan
6. Perangkat lundak pengembangan media
7. Perangkat lunak rekayasa produk

Pada pengertian umumnya, aplikasi adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpatu sesuai kemampuan yang dimikikinya.

* 1. **Transportasi**

Transportasi di jaman kekinian sudah menjadi suatu kebutuhan yang dicari oleh sebagian masyarakat, kebutuhan masyarakat akan transportasi terus berkembang. Kata transportasi berasal dari kata Latin yaitu transportare, di mana trans berarti seberang atau sebelah lain dan portare berarti mengangkut atau membawa.

Trasnportasi menurut **Rustian Kamaluddin** dalam bukunya **Ekonomi Transportasi**  adalah :

**Trasportasi seperti itu berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau dari satu tempat ke tempat laina. Trasnportasi seperti itu merupakan suatu jasa yang diberikan guna menolong barang dan orang untuk di bawa dari tempat ke tempat lainnya. Dengan demikinan trasportasi dapat diberi definisi sebagai usaha mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. (1987:9)**

Usaha transportasi ini bukan hanya berupa gerakan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat lain dengan cara dan kondisi yang statis, akan tetapi transportasi itu, akan tetapi transportasi itu selalu diusahakan perbaikan dan kemajuan sesuai dengan perkembangan peradaban dan teknologi. Dengan demikian transportasi itu selalu diusahakan perbaikan dan peningkatanya.

Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Di negara maju, mereka biasanya menggunakan kereta bawah tanah ([subway](https://id.wikipedia.org/wiki/Subway)) dan taksi. Penduduk di sana jarang yang mempunyai kendaraan pribadi karena mereka sebagian besar menggunakan angkutan umum sebagai transportasi mereka. Transportasi sendiri dibagi 3 yaitu, transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi udara merupakan transportasi yang membutuhkan banyak uang untuk memakainya. Selain karena memiliki teknologi yang lebih canggih, transportasi udara merupakan alat transportasi tercepat dibandingkan dengan alat transportasi lainnya.

* 1. **Motor *Custom***
     1. **Pengertian Motor *Custom***

Motor *custom* adalah sebuah kegiatan yang merubah struktur maupun model sepeda motor dari standar produksi masal menjadi sebuah model atau struktur baru sehingga memiliki ukuran dan tampilan yang berbeda dari asalnya. Melakukan modifikasi sepeda motor bisa membuat sepeda motor terlihat unik dan terkesan model terbatas (*Limited Edition*).

* + 1. **Sejarah Motor *Custom***

Apabila membahas tentang aliran modifikasi motor di dunia motor *custom* sudah hampir pasti tidak ada habisnya, apalagi di era yang sarat teknologi ini, pertukaran informasi di dunia sudah sangat mudah dan cepat.

Saking cepatnya terkadang tidak semua informasi dapat tercerna dengan baik, benar dan lengkap. Sebenarnya memang tidak ada urusan salah atau benar ketika kita berbicara tentang modifikasi motor. Tapi, tetap saja, butuh pengenalan sejarah agar tidak menjadi salah gaya atau malah salah aliran.

Berikut adalah jenis-jenis aliran motor *custom*:

1. ***BOBBER***

Gaya modifikasi yang dikenal sebagai *Bobber* sendiri berawal di era40-50an. Dipelopori oleh banyak pemuda Amerika yang pulang dari medan perang yang kesal dengan kesulitan hidup di masa damai. Hal itu dilampiaskan dengan kebut-kebutan dengan tunggangan semasa perang seperti Harley-Davidson tipe WL.

Dan istilah ini diambil dari kalimat *bobbing* yang berarti memangkas agar sebuah tunggangan mereka jadi lebih ringan, sederhana, mudah bermanuver, dan menekan biaya operasional. Didot dari rumah modifikasi *Retrogrades Slaughter* *House* di Bandung menyebutkan banyak yang salah atas istilah ini.

Semisal, ada yang mengatakan bahwa *bobber* harus identik dengan penggunaan ban lebar untuk roda depan dan belakang. Padahal sebenarnya itu mungkin hanya kebetulan, karena pada era dimulainya gaya modifikasi ini, motor-motor bongsor seperti Harley Davidson dan Indian-lah yang banyak mendominasi jalanan benua Amerika.

Bukan berarti tidak ada *bobber* yang bagian rangkanya di modifikasi, tetapi memang biasanya hanya bersifat merampingkan dan mengurangi berat tanpa merubah bentuk asli rangka seperti dalam aliran *chopper* misalnya, ungkapnya lagi.

1. ***BRAT STYLE* & *JAP STYLE***

*Brat Style* sendiri adalah nama salah satu bengkel modifikasi di Jepang dan dipunggawai oleh Go Takamine. Secara umum karakternya masih masuk ke genre *bobber*, *tracker*, atau bahkan *cafe racer* dengan sentuhan gaya personal darinya.

Modifikator dari negara lain bisa saja punya detail berbeda. Dan itu jadi sah-sah saja juga kalau muncul sub genre yang lain lagi meski secara karakter serupa. Nah untuk istilah *Jap Style*, sebenarnya tampil dengan ketiga gaya tadi. Hal yang paling khas muncul dari budaya detail serta *finishing* yang tingkat tinggi yang memang khas budaya masyarakat Jepang. Hal itu juga karena regulasi kelayakan sebuah kendaraan di Jepang memang tinggi sehingga memaksa modifikator membuat formula desain yang presisi.

1. ***CHOPPER***

Gaya ini muncul dekade 50-60-an, merupakan terusan dari gaya *bobber* yang terkenal di era sebelumnya. Namun pola modifikasinya semakin ekstrim, ambil contoh rangka asli yang dipotong (*chop*) atau bahkan membuat rangka baru untuk mengejar tampilan yang berbeda dari tampilan asli bawaan pabrik.seperti disampaikan oleh seorang pehobi modifikasi motor dan pelahap literatur budaya roda dua.

Perubahan di sektor rangka bisa merambah ke mengubah sudut kemiringan rumah setir, memotong dan mengubah bagian *backbone* untuk penempatan tangki khusus. Bisa dibilang semua untuk aliran *chopper* semua mungkin dilakukan.

Memang beberapa sub-genre seperti *Psychedelic* dan *Scandinavian Chopper di* era 70-an umunya memanjangkan suspensi depan. Agar upaya memaksimalkan tampilan sedikit mengorbankan urusan *handling* motor.

1. ***CAFE RACER***

Hampir mirip sejarahnya dengan *bobber*, gaya ini muncul di Inggris pada era yang sama dengan pelaku awal serupa yaitu mantan prajurit pasukan Inggris di Perang Dunia II. Perbedaannya hanya di jenis motor yang digunakan dan referensi gaya modifikasi yang diambil.

*Cafe racer* menarik referensi dari motor-motor balap *Grand Prix* yang pada saat itu sedang digandrungi di daratan Eropa. Memanfaatkan motor-motor produksi pabrikan Britania Raya seperti *Triumph*, BSA, dan Norton para *rockers* di Inggris membuang komponen yang tidak diperlukan untuk menunjang soal kecepatan laju motor.

Dari budaya ini pulalah lahir beberapa motor yang bisa dikategorikan sebagai motor-motor *cross bree*. Berbasis rangka *featherbed* dari Norton yang kuat, ringan, dan stabil dipadu mesin produksi *Triumph* yang tenaganya gahar. Pilihan lain dapat memilih formula TriBsa (rangka BSA, mesin *Triumph*) atau *Norley* (rangka *Norton Featherbed*, mesin Harley-Davidson). Pokoknya sesuai namanya yang *racer*, tampilan berbanding lurus dengan performa.

1. ***TRACKER***

Karakternya mirip *cafe racer*, berawal dari motor-motor lintasan balap *board track*, *flat track* atau *dirt track* di Amerika, menarik bentuk dan fungsinya yang paling dominan yang sekarang sudah berkembang menjadi gaya modifikasi ini mengedepankan fungsi motor yang bisa dipacu di berbagai jenis lintasan, baik itu jalan tanah berkerikil atau jalanan aspal.

1. ***SCRAMBLE.***

komponen serta aksesori yang terpakai harus mendukung posisi berkendara sekaligus *handling*. 

Sepeda motor pertama kali berhasil dibuat pada 1885 oleh orang Jerman, Gottlieb Daimler. Saat itu memang benar-benar merupakan sepeda yang dipasangi mesin. Sepeda motor buatan Daimler menggunakan mesin 4-Tak dengan sebuah silinder berbahan bakar bensin yang dipasang secara vertikal pada bagian tengahnya.

Meskipun sepeda motor ini sangat sederhana namun memberi inspirasi, dan banyak fiturnya masih digunakan pada sepeda motor saat ini. Walaupun bukan yang pertama, tetapi di Museum Nasional Sejarah Amerika dipajang sepeda motor yang dibuat Sylvester H. Roper, penduduk Massacushets.

Perbedaan utama dengan sepeda motor Daimler terletak pada mesinnya, yakni mesin Roper menggunakan mesin uap. Pada tahun 1902, insinyur Jerman bernama Maurice (Mauritz) Johan Schulte merancang sepeda motor yang pertama kali diproduksi oleh perusahaan Inggris *Triumph Cycle Co.Ltd*.

Sepeda motor ini juga masih berupa sepeda yang dipasangi mesin buatan Belgia. Harley Davidson pada awalnya juga merupakan sepeda yang dipasangi mesin. Harley Davidson didirikan oleh William S. Harley dan Arthur Davidson, juga pada tahun 1902, dengan nama Harley-Davidson *Motor Company*.

Harley Davidson terkenal dengan mesinnya yang tangguh, kuat, dan tahan lama. Pada 1920, Harley Davidson menjadi perusahaan pembuat sepeda motor terbesar di dunia. Di Jepang, Soichiro Honda, pendiri perusahaan Honda, telah mulai membuat sepeda motor sejak tahun 1908.

**2.10 Komunitas**

Komunitas adalah sebuah kelompok [sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Sosial) dari beberapa [organisme](https://id.wikipedia.org/wiki/Organisme) yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas [manusia](https://id.wikipedia.org/wiki/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](https://id.wikipedia.org/wiki/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:

1. **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 konstribusi bagi lingkungannya.**

1. **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.**

1. **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 darah 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)**

**2.11 *Bikers* Duatudjoe**

*Bikers*  Duatudjoe merupakan komunitas motor *custom*  yang berawal dari menyukai motor tua dan terinspirasi merubah motornya sendiri hingga seperti motor pada era tahun 1960-an contohnya seperti model motor "*Café Racer*" dan lainya. Akibat dari mencintai hobi tersebut didirikanlah sebuah bengkel yang sebelumnya bengkel tersebut merupakan rumah pribadi. Bengkel tersebut diberi nama Duatudjoe *Custom Works*.

Duatudjoe *costom works* berawal dari enam orang teman yaitu (Ibam, Firman, Faris, Iko, Bogel dan Didiw) yang memiliki hobi yang sama yaitu motor-motor klasik dan juga klasik *custom*. Sejarah nama duatudjoe *custom works* itu karena didirikan pada tangal 27 november 2014. Nama tersebut diberikan rekan mereka yang bernama Bani karna bertepatan pada tangal 27 dan bengkel mereka yang beralamat di Jl.cijaura girang 5 no 27. Bermodal kan Rp.300.000 mereka nekat membuka bengkel dengan membuat banner ukuran 4x4 meter dan kunci kunci seadanya. Setelah itu tercipta lah motor pertama yang mereka buat.

Komunitas *Bikers* Duatudjoe bermula pada saat didirikannya motor firman yang salah satu pencetus Duatudjoe *Custom Works* tersebut yang mengambil konsep *Bratcafe* minimalis yang dapat menarik banyak minat orang untuk membuat membuat motor yang serupa. Beberapa waktu kemudian bengkel *Duatudjoe Custom Works* berkembang dikarenakan motor klasik *custom* merajalela dan berkembang pesat di kota bandung sehingga hampir sebagian besar pemuda dan pemudi di bandung ingin memiliki motor tersebut.

Sistem manajemen Duatudjoe *Custom Works* sudah cukup baik terutama manajemen *marketing*nya dimana selain melakukan *direct marketing* ke beberapa rekan terdekat, media *online* pun juga merupakan salah satu media yang jitu untuk menarik minat motor *custom* di mata masyarakat dengan menggunakan aplikasi Instagram, Line dll. Namun beberapa bulan kemudian setelah didirikannya bengkel tersebut, tiga orang dari mereka (Iko, Faris, Bogel) memutuskan berhenti dari team manajemen Duatudjoe, dikarenakan kesibukan kuliah. Tidak lama dari itu disusul oleh pencetus yang mempunyai motor pertama yang bernama Firman karena pekerjaan yang dia lakoni hingga saat ini. Hingga pada akhirnya tersisa dua orang dari Duatudjoe *Custom Works* dam memutuskan menarik dua orang untuk gabung kedalam tim manajemen yaitu Adit dan Febri yang tidak lain merupakan sodara kandung dari Ibam. Tak lama dari itu adik kaka tersebut memutuskan pindah tempat atau pindah bengkel di rancasawo no.74.

Walaupun didalam team manajemen bengkel berganti-ganti, tetap prinsip yang dipegang masih tetap satu perkumpulan. Berawal dari konsumen yang sering berkumpu mereka menjadi teman bahkan menjadi deperti saudara. Setelah itu Duatudjoe *Custom Works* tersebut memiliki kumpulan pecinta motor klasik *custom*, dan sampai saat ini beranggotakan 35 *bikers* atau pengendara motor. baik laki- laki atau perempuan.