

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Riview Penelitian Sejenis

Untuk menunjang penelitian ini, sebelumnya peneliti melkukan tinjauan pustaka yang disesuaikan dengan kesesuaian objek penelitian yang dapat membantu keberlangsungan penelitian ini. peneliti akan mencantumkan penelitian yang dibuat oleh peneliti sebelumnya yang relavan dengan penelitian ini. peneliti mendapatkan dua penelitian yang bisa menjadi acuan sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rizkia Mauliddina (2020) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan dengan judul “ Strategi Peran Humas di Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Humas di Rumah Sakit Mata Cicendo. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui studi literature, observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Peran yang dikemukakan oleh Dozier dan Boom. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan peran Humas sebagai penasehat

ahli di Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mat Cicendo Bandung bertugas sebagai konsultan terhadap atasan mengenai permasalahan – permasalahan yang terjadi di Rumah Sakit Cicendo agar terbentuknya pengertian dan komunikasi yang baik. Peran Humas sebagai fasilitator berarti Humas RM Cicendo bertugas sebagai mediator atau penghubung pihak manajemen untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Peran selanjutnya yaitu sebagai pemecah masalah. Peran yang terakhir yaitu Humas sebagaiteknisi komunikasi berarti seorang Humas harus mampu menjadi alat bagi instansinya, salah satunya yaitu dengan menjadi penulis pressrelease dan moderator.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Heriansyah Priady (2019) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan dengan judul “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Humas Pemkab Bandung “. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram di Humas Pemkab Bandung, dan juga mengetahui hasil dari pemanfaatan media sosial instgram yang telag dilakukan oleh Humas Pemkab Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan menggunakan teori Determinisme Teknologi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui beberpa tahapan yaitu terdiri dari wawancara, observasi, dan studi kepustakaan ditambah dengan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, menyatakan bahwa Perkembangan teknologi mampu merubah cara berfikir dan cara berperilaku dalam masyarakat. Humas Pemkab Bandung menggunakan

perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial instagram dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Tabel 2.1 Review Penelitian

No	Penelitian 1	Penelitian 2
1. Judul	STRATEGI PERAN HUMAS DI PUSAT MATA NASIONAL RUMAH SAKIT MATA CICENDO BANDUNG	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM D HUMAS PEMKAB BANDUNG.
2. Oleh	Rizkia Mauliddina	Heriansyah Priady
3. Metode	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kualitatif
4. Teori	Teori Peran	Teori Determinisme Teknologi
5. Hasil	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukan peran Humas sebagai	Berdasarkan hasil dari penelitian ini, menyatakan bahwa perkembangan teknologi mampu merubah cara berfikir

	<p>penasehat ahli di Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mat Cicendo Bndung bertugas sebagai konsultan terhadap atasan mengenai permasalahan-permasalahan yang terjadi di Rumah Sakit Cicendo agar terbentuknya pengertian dan komunikasi yang baik. Peran Humas sebagai fasilitator berarti Humas RM Cicendo bertugas sebagai mediator atau penghubung pihak manajemen untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Peran selanjutnya yaitu sebagai pemecah masalah. Peran yang terakhir yaitu Humas sebagaiteknisi komunikasi berarti seorang Humas harus mampu menjadi alat bagi</p>	<p>dan cara berperilaku dalam masyarakat. Humas Pemkab Bandung menggunakan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial instagram dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.</p>
--	---	--

	instansinya, salah satunya yaitu dengan menjadi penulis pressrelease dan moderator.	
6. Persamaan	Letak persamaan dengan yang dimiliki peneliti adalah dimana sama sama membahas mengenai Humas dari sebuah instansi Rumah Sakit	Letak persamaan dengan yang dimiliki peneliti adalah sama sama membahas mengenai bagaimana sebuah organisasi/ objek penelitian memanfaatkan media sosial instagram sebagai sumber penyebaran informasi, dan menggunakan teori yang sama yaitu teori determinisme teknologi
7. Perbedaan	Letak perbedaan dengan yang dimiliki peneliti adalah pada bagian teori berbeda dan juga masalah yang ditemukan berbeda	Letak perbedaan dengan yang dimiliki peneliti adalah pada objek yang diteliti berbeda dan masalah yang ditemukan juga berbeda

2.2 Kerangka Konsptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/ teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauanpustaka atau bisa dikatakan oleh penulis merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti. Oleh karena itu untuk menjelaskan bagaimana pola komunikasi humas dalam menyebarkan informasi melalui instagram maka penelitian ini akan menggunakan konsep sebagai berikut :

2.2.1 Komunikasi

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Stucture and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut :

“ Who Says What In Which Channel to Whom With What Effect” atau “ Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. (Effendy, 2005: 10),

Pengertian komunikasi menurut Berelson dan Stainer yang dikutip oleh Fisher dalam bukunya *Teori- Teori Komunikasi*

”Komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya melalui penggunaan symbol, kata, angka, grafik, dan lain lain (Fisher, 1990:10)”.

Menurut Nur Ratih Devi Affandi, Yusuf Hartawan, dan Laila Syahar Zainab Al Aqilah yang mengatakan di dalam jurnalnya yang berjudul Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Komunikasi (2022 : h, 249) menyatakan bahwa

“Komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator menyampaikan stimulus atau pesan yang bisa dalam bentuk kata-kata atau simbolik – simbolik dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain”. (2022 : h, 249)

Dari pengertian diatas bisa ditarik kesimpulan Komunikasi bisa diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang baik secara langsung verbal atau non verbal maupun secara tidak langsung dan melalui media dari pengirim pesan atau komunikator kepada penerima pesan atau komunikan untuk menimbulkan efek atau feedback yang telah ditentukan untuk menjadi tujuan komunikasi.

2.2.1.1 Unsur komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa unsur penting dalam prosesnya. Komunikasi tidak sebatas berbicara saja namun ada beberapa unsur yang digunakan atau termasuk kedalam komunikasi. Sebuah komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila terdapat unsur tersebut didalamnya. Artinya komunikasi hanya terjadi apabila didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek.

Menurut Harold Laswell dikutip oleh Deddy Mulyana (2016) dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar. Menyatakan bahwa

Cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “ who says what in wich channel to whom with what effect” atau siapa mngaakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengarug bagaimana ?.

Berdasarkan definisi laswell dapat dijabarkan menjadi lima unsur komunikasi yang salinng bergantung satu sama lain :

1. Sumber (source)

Nama lain dari sumber adalah sender,communicator, speaker, encoder, atau originator. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi, atau perusahaan bahkan Negara.

2. Pesan (message)

Pesan merupakan seperangkat symbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan seseorang, nilai, gagasan, dari maksud yang disampaikan dan diterima.

3. Saluran (channel)

Saluran atau lebih dikenal media merupakan suatu alat atau wahana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk kesan dari cara penyajian pesan.

4. Penerima (reciver)

Nama lain dari penerima adalah destination, communication, decoder, audience, listener dan interpreter dimana penerima pesan dari sumber.

5. Efek (effect)

Merupakan yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

Maka penelitian ini bersumber dari Rumah Sakit PTPN VII Subang, dimana tempat ini menjadi objek yang akan diteliti oleh penulis. Penelitian ini diharapkan guna bisa menjadi pemecah masalah atau hambatan yang biasa terjadi di RS PTPN VIII Subang. Diharapkan setelah penelitian ini dilakukan efek yang terjadi berupa peningkatan penyampaian informasi dari pihak Humas Rumah sakit ke masyarakat bisa tersampaikan dengan baik.

2.2.1.2 Tujuan komunikasi

Setiap orang yang berkomunikasi mempunyai tujuannya tertentu. Tujuan komunikasi secara umum yaitu mengharapkan adanya umpan balik yang diberikan oleh seorang komunikan dari pesan yang disampaikan dan menimbulkan efek atau pengaruh yang terjadi setelah melakukan komunikasi. Menurut Effendy (2003) tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Mengubah sikap (to change the attitude)

Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

2. Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (to change the opinion)

Mengubah opini, yang dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/ pandangan/ mengenai sesuatu hal, yang sesuai dengan apa yang dihadapkan oleh komunikator,

3. Mengubah perilaku (to change the behavior)

Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat mengubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

4. Mengubah masyarakat (to change the society)

Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat mengubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator

Maka dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi yaitu pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, bahkan perubahan sosial.

2.2.2 Komunikasi Organisasi

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan salah satu jenis komunikasi, sebelum membahas makna dan maksud dari komunikasi organisasi. organisasi sendiri

merupakan suatu wadah yang memiliki beberapa orang didalamnya, yang terstruktur dan memiliki tujuan yang jelas. Menurut Schein (1982) dalam buku Komunikasi Organisasi mengatakan :

“ Organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab”. (Schein 1982)

Dari definisi tersebut dapat memberikan gambaran dimana suatu organisasi di dalamnya memerlukan apa yang disebut komunikasi dan koordinasi, agar segala upaya yang dibangun, dibuat dan dibentuk dapat terjalankan sesuai dengan apa yang diharapkan. Organisasi juga memiliki fungsi sebagai berikut :

1. memenuhi kebutuhan pokok
2. mengembangkan kebutuhan organisasi
3. memproduksi barang
4. mempengaruhi dan dipengaruhi orang

selain itu terdapat beberapa elemen dalam organisasi :

1. Struktur sosial, adalah pola atau asset aturan hubungan yang ada antara partisipan di dalam suatu organisasi.
2. Partisipan organisasi adalah individu individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi
3. Tujuan, merupakan suatu titik sentral petunjuk dalam menganalisis organisasi. Tujuan dibatasi sebagai suatu konsep akhir yang diinginkan.
4. Teknologi, yang dimaksud teknologi adalah penggunaan mesin mesin dan juga pengetahuan teknik dan keterampilan partisipan.

5. Lingkungan, hal ini bermaksud dimana organisasi mampu dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan dimana mereka tinggal. Sesuai atau tidak nyaman atau tidak akan mempengaruhi kinerja dari organisasi itu sendiri. Maka dari itu dalam suatu hubungan organisasi perlu memikirkan keberadaan mereka di tengah tengah lingkungannya.

Dalam kehidupan berorganisasi tentunya ada karakteristik yang perlu dimiliki oleh organisasi. Diantaranya adalah :

1. Dinamis

Dinamis disini berarti organisasi sebagai suatu system yang terbuka dan terus menerus mengalami perubahan, hal ini dikarenakan oleh adanya perubahan dan diperlukannya penyesuaian diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah. Perubahan yang terjadi dapat disebabkan oleh beberapa factor seperti factor perubahan ekonomi, factor perubahan pemasaran (produksi atau layanan), factor kondisi sosial dan yang terakhir adalah factor perubahan teknologi.

2. Memberikan informasi

Dalam menjalankan organisasi memerlukan informasi untuk tetap bertahan, informasi dapat diperoleh dengan cara komunikasi. Dengan adanya informasi maka bahan tersebut dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia.

3. Mempunyai tujuan

Tentunya organisasi yang dijalankan pasti memiliki tujuan tertentu, organisasi adalah teman setia individu yang memiliki peran tertentu dan bekerja sama untuk mencapai yang menjadi tujuan. Tujuan dari setiap organisasi bervariasi dapat bertujuan mendidik, menghibur, ataupun mencari keuntungan. Untuk mencapai tujuan tersebut setiap anggota organisasi perlu ikut serta menghayati visi misi organisasi agar tujuan dapat tercapai seperti apa yang diharapkan.

4. Terstruktur

Terstruktur berarti organisasi tersebut dalam usaha mencapai tujuannya memiliki aturan-aturan, undang-undang, dan hierarki hubungan dalam organisasi. Struktur menjadikan organisasi membakukan prosedur kerja dan mengkususkan tugas yang berhubungan dalam proses produksi,

Komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi yang dilakukan dalam suatu wadah yang memiliki lebih dari 4 individu dan memiliki struktur yang jelas di dalamnya. Seperti yang diketahui komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media tertentu bertujuan untuk mendapatkan suatu feedback, dalam komunikasi organisasi pun perannya masih sama namun cakupan dan peserta komunikasi yang berbeda. Komunikasi organisasi berfokus bagaimana komunikasi yang dilakukan dalam organisasi itu dapat membentuk suatu pemikiran yang sama walaupun memiliki beberapa kepala hal ini berarti

komunikasi organisasi berperan untuk membentuk suatu kesepahaman antara anggotanya untuk mencapai tujuan.

Komunikasi organisasi memiliki beberapa persepsi menurut Redding dan Sanborn dalam buku Komunikasi Organisasi (Dr. Arni Muhammad, 2017)

“Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks”. (Dr. Arni Muhammad, 2017)

Sedangkan menurut Thayer dalam buku Komunikasi Organisasi (Dr. Arni Muhammad, 2017) menyatakan bahwa

“Komunikasi organisasi sebagai arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara”. (Dr. Arni Muhammad, 2017)

Ada tiga system komunikasi dalam organisasi menurut Thayer yaitu :

1. Berkenaan dengan kerja organisasi seperti data mengenai tugas tugas atau beroperasinya organisasi
2. Berkenaan dengan peraturan organisasi seperti perintah perintah, aturan-aturan, petunjuk-petunjuk
3. Berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi

2.2.2.2 Unsur Unsur Organisasi

Dalam pembentukan organisasi, terdapat unsur unsur dasar yang telah diringkas kedalam lima kategori besar. Unsur-unsur yang dimaksud adalah : (Pace & Faules, 2005 : 151-153)

1. Anggota organisasi

Adalah orang –orang yang melaksanakan pekerjaan organisasi yang terlibat dalam kegiatan primer. Kegiatan primer yang dimaksud adalah kegiatan kegiatan pemikiran (konsep, pemecahan masalah, pembentukan gagasan, penggunaan bahasa), perasaan (emosi, keinginan, aspek lainnya yang bukan aspek intelektual), self moving (kegiatan fisik), dan elektrokimia (brain snaps atau daerah kontak otak tempat impuls saraf yang ditransmisikan hanya ke satu arah, kegiatan jantung, dan proses metabolisme). Keempat kegiatan ini memungkinkan anggota organisasi yang diperlukan untuk memahami symbol, melaksanakan keterampilan dan memerhatikan dunia serta menjalankannya.

2. Pekerjaan organisasi

Adalah pekerjaan yang dilakukan anggota organisasi terdiri dari tugas-tugas formal dan informal; tugas-tugas ini yang menghasilkan produk dan memberikannya pelayanan organisasi. Terdapat tiga dimensi universal yang menandakan pekerjaan ini: (1) isi yaitu apa yang dilakukan anggota organisasi dengan mempertimbangkan metode-metode serta teknik-teknik yang digunakan serta peralatan yang dipakai, (2) keperluan yaitu pengetahuan, sikap serta keterampilan untuk melaksanakan pekerjaan tersebut, dan (3) konteks yaitu kebutuhan fisik dan kondisi lokasi pekerjaan, jenis tanggung jawab dan pertanggungjawabannya, lingkungan umum tempat pekerjaan dilaksanakan dan jumlah pengawasan.

3. Praktik praktik pengelolaan

Seorang manajeril mempunyai tujuan prier yaitu menyelesaikan pekerjaan dengan membuat keputusan mengenai bagaimana orang lain atau bawahannya melaksanakan pekerjaan mereka dengan menggunakan sumber daya yang diperlukan. Kegiatan tersebut meliputi : (1) fungsi manejer yaitu perencanaan, pengorganisasiaan, penyusunan kepegawaian, pengendalian dan pengarahan, dan (2) peranan dasar yaitu peranan antarpesona, peranan yang berhubungan dengan informasi, peranan yang berhubungan dengan ketegasan.

4. Stuktur organisasi

Berkaitan dengan hubungan-hubungan antara tugas-tugas yang dilakukan oleh anggota-anggota sebuah organisasi. Stuktur organisasi ditentukan oleh tiga variabel pertama, yaitu : (1) kompleksitas yang merupakan fungsi dari perbedaan antar unit sebagai hasil spesialisasi di dalam organiasi (diferensi horizontal), jumlah tingkat otoritas antara pegawai dan eksekutif atas (diferensiasi vertical), dan ketesebaran lokasi fasilitas dan anggota organisasi secara geografis (diferensiasi spasial), (2) formalitas adalah sebuah standarisasi dan tugas-tugas yang terjadi bila tugas-tugas pekerjaan ditentukan oleh aturan dan hukum nbaik dinyatakan secara langsung maupun dimengerti langsung oleh anggota organisasi, dan (3) sentralisasi yaitu pembuatan keputusan yang dikonsentrasikan pada satu jabatan dalam organisasi. Sebaliknya, desentralisasi yaitu memberikan otoritas pembuatan keputusan kepada seluruh organisasi.

5. Pedoman organisasi

Adalah serangkaian pernyataan seperti cita-cita, misi, tujuan, strategi, aturan, prosedur, dan kebijakan yang digunakan organisasi untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan anggota organisasi dalam mengambil keputusan atau tindakan.

2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi organisasi menurut Sendjaja (1994) adalah sebagai berikut :

1. Fungsi informative

Fungsi informative , fungsi yang pertama ini dijelaskan oleh sendjaja bahwa organisasi bertindak sebagai suatu system yang memproses informasi. Proses informasi yang hadir dalam organisasi tersebut diharapkan mampu memberikan dan menerima informasi dengan baik untuk tercapainya kelancaran dalam organisasi tersebut.

2. Fungsi regulative

Fungsi regulative, fungsi yang kedua komunikasi organisasi diharapkan dapat memperlancar peraturan serta pedoman yang telah ditetapkan oleh anggota dan pemimpin organisasi tersebut.

3. Fungsi persuasive

Fungsi persuasive, fungsi ketiga merupakan fungsi untuk memberi perintah. Fungsi ini dilakukan oleh pemimpin organisasi untuk mempersuasi anggotanya daripada memerintah anggotanya untuk melakukan sesuatu. Fungsi persuasi dianggap dapat mempermudah,

karena cara yang lebih halus (daripada memerintah) akan lebih dihargai oleh anggota tersebut terhadap tugas yang diberikan

4. Fungsi integrative

Fungsi integrative, fungsi keempat atau yang terakhir berkaitan dengan penyediaan saluran atau hal hal yang dapat mempermudah anggota organisasi untuk melakukan dan melaksanakan tugas tertentu dengan baik.

2.2.3. Komunikasi massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner diterjemahkan oleh Rakhmat, 2003 dalam bukunya Ardianto yang berjudul Komunikasi Massa suatu pengantar, 2007, yakni

“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, televisi, surat kabar, majalah, serta film”. (Rakhmat, 2003 dalam Ardianto, 2007)

Karakteristik komunikasi massa menurut (Ardianto 2007) adalah sebagai berikut:

a. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang artinya ada beberapa orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa itu, berapa macam peralatan yang digunakan, dan berapa biaya

yang diperlukan, sifatnya relatif. Namun yang pasti, komunikasi massa itu kompleks, tidak seperti komunikasi antarpersonal yang begitu sederhana.

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan (anonym), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonym, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai

lapisan masyarakat yang berbeda usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, pekerjaan, agama, dan tingkat ekonomi.

d. Media Massa Menimbulkan Keserampakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula. Effendy (1981) mengartikan keserampakan media massa itu sebagai keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000). Dimensi isi menunjukkan muatan isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak

hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

h. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (indirect) dan tertunda (delayed). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

2.2.3.1 Media massa konvensional

Media Konvensional menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah media yang mengidentifikasikan dirinya sebagai alat komunikasi seperti surat kabar, televisi, spanduk, majalah dan lain-lain. Association for Communication Technology and Education (AECT) mendefinisikannya sebagai bentuk yang Dari pengertian di atas, maka konsep media dapat dipahami sebagai alat atau medium yang dapat digunakan oleh masyarakat baik dalam hal penyebaran informasi berita maupun sebagai alat untuk memperoleh wawasan, wawasan atau pemahaman terhadap suatu informasi.

Dari pengertian di atas, maka konsep media dapat dipahami sebagai alat atau medium yang dapat digunakan oleh masyarakat baik dalam hal penyebaran informasi berita maupun sebagai alat untuk memperoleh wawasan, wawasan atau pemahaman terhadap suatu informasi.

Media konvensional adalah media komunikasi yang telah ditemukan terlebih dahulu sebelum media baru, media konvensional biasa digunakan untuk mengirimkan atau menerima pesan dan informasi kepada masyarakat luas. Media konvensional pun dapat dibedakan lagi menjadi media cetak dan media penyiaran.

Media cetak adalah media yang proses penyebaran informasinya dilakukan dengan menggunakan teknologi cetak dan dalam bentuk cetak. Media komunikasi yang termasuk dalam media cetak adalah surat kabar, majalah tabloid.

Media penyiaran adalah media yang menyampaikan dan menyebarkan pesan serta informasinya dalam bentuk siaran, media komunikasi yang termasuk di dalam media penyiaran adalah radio dan televisi. Radio adalah media komunikasi yang mampu menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan dalam bentuk suara, sedangkan televisi adalah media yang mampu menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk suara dan gambar yang bergerak.

2.2.3.2 Media massa modern/ media baru

Media baru adalah media komunikasi yang menggunakan internet dan teknologi digital atau computer sebagai alat pengoperasiannya. New media muncul setelah media komunikasi konvensional cukup digunakan oleh masyarakat

Indonesia. New media ini terwujud dan berkembang setelah terjadi kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi, khususnya pada teknologi digital atau komputer internet. Media baru merupakan ruang pemberitaan yang memadukan antara teknologi komunikasi (internet) dan jurnalisme konvensional dalam satu ruang yang disebut jurnalisme online. Sedangkan surat kabar menyediakan halaman atau ruang yang luas bagi suatu konten berita yang akan dianalisis secara mendalam dan memiliki ruang penulisan yang berkualitas. Sejarah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg tahun 1609 di Jerman (Ardianto dan Lukiati, 2004). Surat kabar dianggap sebagai bentuk inovasi yang lebih baik dari buku yang dicetak, yaitu penemuan literatur, sosial, dan budaya baru. Blog, media sosial, dan website merupakan contoh aplikasi yang termasuk dalam media komunikasi baru.

2.2.4 Media

Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (a source) dengan penerima pesan (a receiver). Media yaitu segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media berupa alat yang digunakan seorang komunikator untuk menyalurkan informasi atau pesan kepada khalayak.

2.2.4.1 Jenis-Jenis Media

Menurut Asyhar (2012:44-45) pada dasarnya media dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu media visual, media audio, media audio visual dan multimedia.

a. Media Visual

Media visual adalah media yang mengandalkan indra penglihatan. Biasanya memanfaatkan alat proyeksi atau proyektor sebagai perantara. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam bentuk visual. Jenis media visual dibedakan menjadi dua yaitu media visual diam dan media visual gerak. Keduanya bisa dikombinasikan atau digunakan salah satunya. Selain itu, fungsi media visual juga berguna untuk menarik perhatian, memperjelas materi yang disajikan, menggambarkan fakta yang mungkin dapat dengan mudah dicerna dan diingat dalam bentuk visual.

b. Media Audio

Media audio dapat digunakan untuk menyalurkan pesan audio dari sumber pesan ke penerima pesan. Media audio berkaitan erat dengan indra pendengaran. Dilihat dari sifat pesan yang diterima, media audio dapat menyampaikan pesan verbal (bahasa lisan atau kata-kata) maupun non verbal (bunyi-bunyian dan vokalisasi). Contoh media audio antara lain radio, tape recorder, telepon, laboratorium bahasa, dan lain-lain.

c. Media Audio Visual

Media audio visual dapat menampilkan suara dan gambar. Jenis media ini lebih menarik dibanding visual saja atau audio saja. Kombinasi untuk merangsang indra pendengaran dan penglihatan. Adapun media audio visual dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media audio visual diam dan gerak. Salah satu contoh dari media audio visual diam ialah TV diam, buku bersuara, dan halaman bersuara. Sementara untuk contoh media audio visual gerak ialah film TV, gambar bersuara, dan lain sebagainya.

kemudian dalam penelitian ini berfokus pada media audio visual yaitu berupa media sosial, dimana khalayak dapat mendapatkan dan menyebarkan informasi berupa suara dan gambar.

2.2.4.1 Media sosial

Media sosial merupakan satu produk dari kemunculan media baru. Di dalam media sosial individu individu maupun kelompok saling melakukan interaksi secara online menggunakan media internet. Sejak kemunculannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga mulai digunakan oleh organisasi atau perusahaan perusahaan besar maupun kecil untuk melakukan komunikasi dengan publiknya. Pengertian media sosial terdiri dari kata “social” yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan “media” adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual blog.

Jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Jejaring sosial menurut Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Cyber Media menjelaskan bahwa

“kehadiran situs jejaring sosial (social networking site) atau sering disebut dengan media sosial (social media) seperti facebook, twitter, skype, dan sebagainya merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, akifitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang meberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber” (Rulli Nasrullah, 2013, hlm.43).

2.2.4.2 Fungsi media sosial

Media memiliki beberpa fungsi yaitu :

1. untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan cara memanfaatkan teknologi internet dan website sebaik mungkin.
2. Menciptakan komunikasi yang bersifat terbuka dan komunikatif dengan banyak audiens.
3. Membangun personal branding bagi para penggunanya
4. Sebagai media komunikasi yang menghubungkan para penggunanya
5. Sebagai media pengetahuan umum berbagai informasi baik informasi ilmu pengetahuan umum hingga kejadian yang sedang viral.

Kemudian dalam penelitian ini media sosial yang digunakan pihak humas RS PTPN VIII Subang dalam menyebarkan informasi yaitu melalui media sosial instagram sehingga peneliti membahas mengenai media sosial RS PTPN VIII Subang. Hal ini dikarenakan media sosial ini adalah salah satu media berbagi yang memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk berbagi dengan menggunakan media gambar/poto, video. Instagram memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengunggah foto atau video dengan tambahan caption (keterangan). Dengan hadirnya media sosial ini memudahkan pihak RS PTPN menyebar luaskan seluruh informasi kepada masyarakat luas.

2.2.5 Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang didapatkan melalui apple store dan google play store. Instagram memungkinkan para penggunanya untuk mengambil gambar, memberikan filter lalu mengunggahnya kepada para pengikut. Sebutan untuk teman atau pengikut pada instagram yaitu followers atau following. Nama instagram diambil dari kata “ instan” yang merujuk pada kamera polaroid yang dapat menghasilkan foto secara instan. Untuk kata “gram” berasal dari kata “ telegram” yang berarti cara kerja telegram untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itu instagram berasal dari instan-telegram yang berarti mengunggah foto instan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Pada awalnya, instagram hanya sebuah platform untuk mengunggah foto serta video lalu mendapatkan komentar serta tanda love atau suka dari pada pengguna lainnya. Namun penggunaannya sekarang dari waktu ke waktu semakin bertambah. Semakin banyak fitur fitur baru yang ditambahkan oleh instgram agar kita tidak merasa bosan. Fitur terbaru yang ditambahkan oleh instgram diantaranya instastory, siaran langsung dan yang terbaru yaitu fitur reels.

2.2.5.1 Instagram sebagai wadah komunikasi

Kehadiran instagram sangat berpengaruh besar terhadap komunikasi pada masa sekarang. Dalam perkembangannya instagram banyak berpengaruh pula pada ranah penyebaran informasi untuk sebuah organisasi atau erusahaan. Narasi atau informasi tersebut bisa tersampaikan dnegan mudah melalui foto atau video pada instagram. Apabila sebuah inforsi sudah diunggah pada media sosial seperti instgram, pesan pesan pun dapat dicerna oleh public atau masyarakat luas.

Dengan adanya media massa instagram memudahkan khalayak dalam mengakses sebuah informasi. Dan hal itu mempengaruhi proses penyebaran informasi yang dijalankan oleh RS PTPN VIII SUBANG, Sekarang humas sudah menggunakan media baru berupa media sosial Instagram sebagai media komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi kepada khalayak.

2.2.6 Humas

Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* dapat diartikan sebagai hubungan public atau hubungan antar publik. Humas merupakan singkatan dari Hubungan Masyarakat yang artinya praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas juga dapat dikatakan sebagai sebuah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra, dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesuksesan atau kegagalan dari sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh kegiatan Humas.

Dalam buku Hubungan Masyarakat Prinsip, Kasus dan Masalah Satu Karya Moore yang diterjemahkan oleh Effendy mendefinisikan Humas sebagai berikut

“Suatu filsafat sosial dari manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaannya beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik”. (Moore, 1988:6).

2.2.6.1 Fungsi humas

Peran dan fungsi Humas diantaranya adalah untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara organisasi dengan stakeholder dan masyarakat umum. Sedangkan menurut Edward L. Bernay (1998:19) dalam bukunya *Public Relations* mempunyai tiga fungsi utama : 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat, 2) Melaksanakan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan

masyarakat secara langsung, 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Pada dasarnya Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, karena Humas harus dekat dengan masyarakat dan selalu memberikan informasi yang benar tentang sebuah organisasi atau instansi begitu juga sebaliknya. Karena Humas merupakan salah satu elemen yang menentukan keberlangsungan suatu organisasi secara positif.

2.2.6.2 Tujuan humas

Mengenai tujuan Humas, di dalam definisi definisi dan pengertiannya, banyak menunjukkan dengan jelas bahwa tujuan dari Humas (Hubungan Masyarakat) diantaranya adalah untuk mengembangkan good will dan memperoleh opini publik yang baik atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public.

Pada dasarnya, tujuan Humas menciptakan opini public yang menyenangkan tentang kegiatan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau instansi yang bersangkutan. Tujuan Humas atau program kehumasan adalah pencapaian citra yang dilahirkan dan memelihara citra positif yang sudah berjalan.

Mengenai tujuan Humas, menurut Jefkins (2003:84) dalam bukunya “Public Relations” adalah sebagai berikut :

- 1) untuk mencegah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan baru yang dilakukan diperusahaan, 2) untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan atau organisasi kepada masyarakat luas serta membuka pasar pasar baru,
- 3) untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan atau organisasi dnegan khalayaknya sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan ancaman, 4) untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktifitas dan partisipasi par pemimpin perusahaan atau organisasi dalam kehidupan sosial sehari hari. (Jefkins, 2003:84)

Kemudian dengan penggunaan media sosial instagram dalam menyebarkan informasi maka disitu terjadi proses komunikasi organisasi eksternal dari pihak rumah sakit terhadap maskyarakat luas dengan cara memanfaatkan Instagram sebgai tempat terjadinya proses penyebaran informasi.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Definisi Determinisme Teknologi (Mc. Luhan)

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Gutttenberg Galaxy: The Making*

Of Typographic Man. Ide dasar terori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain (Nurudin, 2011, hlm.184). Misalnya, dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik.

Menurut Smith dalam (Saefullah, 2007, hlm.28) determinisme teknologi berawal dari asumsi bahwa

“Teknologi adalah kekuatan kunci dalam mengatur masyarakat. Dalam paham ini stuktur sosial dianggap sebagai kondisi yang terbentuk oleh meterialistik teknologi”. (Saefullah, 2007, hlm.28)

Lain halnya dengan analisis Feenberg yang mengemukakan dua premis determinasi teknologi yang bermasalah. Pertama, teknologi berkembang secara unlinear dari konfigurasi sederhana kearah yang lebih kompleks. Kedua, masyarakat harus tunduk pada perubahan perubahan yang terjadi dalam dunia teknologi itu,

Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, hingga akhirnya teknologi tersebut mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke bad teknologi yang lain. Misalnya, dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik(Nurudin,2011,hlm.185).

McLuhan berfikir bahwa budaya dibentuk oleh bagaimana cara masyarakat berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan didalam jenis jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. ketiga, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa

“Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri”.

Kita belajar, merasa, dan berfikir terhadap apa yang akan kita lakukan karena pesan yang diterima teknologi komunikasi menyediakan untuk itu. Artinya, teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri. Radio menyediakan pesan kepada manusia melalui indera pendengaran (audio), sementara televisi menyediakan pesan tidak hanya melalui pendengaran, tetapi juga penglihatan. Apa yang diterima dari dua media itu masuk kedalam perasaan manusia dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, kita ingin terus menggunakannya. Bahkan McLuhan sampai pada kesimpulannya bahwa media adalah pesan itu sendiri (the medium is the message).

Sama seperti apa yang diteliti mengenai pemanfaatan media sosial instagram, bahwa teknologi yang mendukung untuk membuat dan menyebarkan informasi melalui media online atau media sosial dengan maksud untuk membentuk cara berfikir pembaca atau yang melihatnya, dan menimbulkan perubahan perilaku setelah membaca dan melihatnya.

Media adalah alat untuk memperkuat, memperkeras, dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. masing masing penemuan media baru betul betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia. misalnya, dengan sebuah buku seseorang bisa memperluas cakrawala, pengetahuan, termasuk kecakapan dan kemampuannya. Seperti yang sering dikatakan oleh masyarakat umum, dengan buku kita bisa “melihat dunia”.

Mengikuti teori ini, ada beberapa perubahan besar mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing masing periode sama sama memperluas perasaan dan pikiran manusia. McLuhan menyatakan dalam (Little John, 1996, hlm. 341-347) memetakan sejarah peradaban kehidupan manusia kedalam empat periode :

Pertama, the tribal age. Menurut McLuhan, pada era ini dikenal dengan nama era purba atau era suku zaman dahulu, manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada era ini hanya mendasarkan diri pada narasi, cerita, dan sejenisnya dimana telinga adalah “raja”, atau dalam istilah lama orang mengenal paham “hearing is believing”, dan kemampuan visual manusia belum banyak diandalkan dalam berkomunikasi. Sehingga era primitive ini tergusur dengan ditemukannya alphabet atau huruf.

Kedua, the age of literacy, semenjak ditemukannya alphabet atau huruf, maka cara manusia berkomunikasi banyak berubah. Indera penglihatan kemudian menjadi dominan di era ini, mengalahkan indera pendengaran. Manusia berkomunikasi tidak lagi mengandalkan tuturan, tapi lebih kepada tulisan.

Ketiga, the print age, era ini dimulai sejak dikemukakannya mesin cetak yang menjadikan alphabet semakin menyebarluas ke penjuru dunia. Kekuatan kata kata melalui mesin cetak tersebut semaki merajalela. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia lebih bebas lagi untuk berkomunikasi.

Keempat, the electronic age, era ini menandai ditemukannya berbagai macam alat atau telknologi komunikasi. Telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, computer, dan internet. Manusia kemudian menjadi hidup didalam apa yang disebut sebagai global village. Medi massa pada era ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan saja, dimana saja, dan seketika itu juga.

Teknologi yang digunakan dalam media massa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia atau menurut Griffin disebut nothing remains untouched by communication technology. Dalam perspektif McLuhan, bukan isis yang penting dari suatu media, melainkan media itu sendiri yang lebih penting atau yangdikenal dengan istilah medium is the message.

Pada intinya determinisme teknologi adalah sebuah teori yang menegaskan bahwa perubahan yang terjadi dalam perkembangan teknologi sejak zaman dahulu sampai saat ini memberikan pengaruh yan besar terhadap masyarakat. Perkembangan teknologi seperti reka baru atau bisa disebut inovasi, penemuan penemuan baru, dan hal hal lain yang bertujuan mengembangkan teknologi untuk mempermudah kegiatan kegiatan manusia, memberikan pengaruh yang besar kepada perkembangan nilai niali sosial dan kehidupan dalam masyarakat.

Dengan adanya teori determinisme teknologi ini peneliti berharap bisa membuktikan dan mengaskan bahwa sebuah perubahan teknologi yang terjadi akan sangat mempengaruhi sebuah system atau proses komunikasi yang sedang dijalankan oleh RS PTPN VIII SUBANG dan juga mempengaruhi cara berfikir, cara berperilaku masyarakat tentang informasi yang didapat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah narasi atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka berfikir atau kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Melalui uraian dalam kerangka berfikir, peneliti dapat menjelaskan secara konprehensif variabel variabel apa saja yang diteliti dari teori apa variabel variabel tercantum di dalam rumusan masalah dan diidentifikasi masalah semakin jelas asal usulnya

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011, hlm.60) mengemukakan Bahwa

“kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan”. (Sugiyono, 2011, hlm.60)

Dalam kerangka berfikir penelitian ini menggunakan teori Determinisme Teknologi (McLuhan) menurut teori ini bahwa perubahan yang terjadi pada

berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu melewati bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain.

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain (Nurudin, 2011, hlm.184). Misalnya, dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik.

Peneliti membuat sebuah kerangka pemikiran sehingga mempermudah penelitian ini dengan judul “Komunikasi Organisasi Eksternal Humas dalam Menyebarkan Informasi di Instagram Rumah Sakit PTPN VIII Subang”. Dengan adanya model kerangka pemikiran ini diharapkan dapat mempermudah para pembaca mengerti dan memahami penelitian ini.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran