

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Kajian Literatur

##### 2.1.1. Review Penelitian Sejenis

*Review* penelitian sejenis merupakan salah satu acuan dan perbandingan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga dapat membantu penelitian mengetahui sudut pandang penelitian yang lain dalam mengungkap pembahasan yang serupa dengan penelitiannya. Berikut adalah beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai *review* penelitian sejenis:

**Tabel 2.1**

#### Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Metode	Hasil Penelitian
Adinda Gita Lestari 2019	Pola Komunikasi Kepala Desa Dalam Upaya Pemberdayaan	Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Gita Lestari memiliki perbedaan dengan penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Gita Lestari memiliki persamaan	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi kepala desa untuk

	Masyarakat Melalui Pemanfaatan Alokasi Dana Desa.	yang akan dilakukan yaitu dalam penggunaan teori dan pada objek penelitian.	dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian individu yang ada didalam organisasi ataupun suatu kelompok.		pemberdayaan dan pemanfaatan masyarakat lewat dana APBD, sehingga dana itu pun terpakai dengan baik dan benar tanpa adanya kecurangan.
Iqbal Lutfi Dasuki 2021	Komunikasi Organisasi Polrestabes Kota Bandung Dalam Meraih Penghargaan Pelayanan Prima.	Penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Lutfi Dasuki memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dalam menggunakan metode dan pada objek penelitian.	Penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Lutfi Dasuki memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggambarkan pola komunikasi yang ada didalam organisasi dan teori yang	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan Polrestabes Kota Bandung untuk meraih sebuah penghargaan prima dari Kemenpan-RB dapat tercapai

			digunakan sama.		dengan baik dan sistematis dimana dengan usaha-usaha yang dilakukan dengan mengikuti peraturan yang ada.
Febrianti Indah Lestari 2019	Pola Komunikasi Organisasi PT. Telkom Dalam Membentuk Budaya Perusahaan.	Penelitian yang dilakukan oleh Febrianti Indah Lestari memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dalam penggunaan teori dan pada objek penelitian.	Penelitian yang dilakukan Febrianti Indah Lestari memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu tujuan pola komunikasi yang ada didalam organisasi.	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Telkom membentuk budaya perusahaan dalam hal ini karyawan melalui event LTV ( <i>Leader Top Value</i> ), lomba culture dan tulisan berupa artefak dengan

					sebuah kreasi, dimana hal itu bisa tercapai dengan sukses melalui usaha-usaha kreatif untuk mencapai tujuan tersebut.
--	--	--	--	--	---

Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2023

## 2.2. Kerangka Konseptual

### 2.2.1. Komunikasi

#### 2.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu bagian yang sangat penting di dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, manusia sudah melakukan komunikasi dilingkungannya ketika mereka lahir. Pengertian singkat tentang komunikasi dalam buku berjudul Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, yaitu: **“Dapat diartikan bahwa komunikasi adalah hubungan kontrak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok”**. (A.W. Widjaja, 2002)

Komunikasi merupakan inti dari sebuah hubungan sosial. Dalam hal ini, manusia yang merupakan makhluk sosial yang memiliki rasa ingin tahu, ingin

maju dan berkembang membutuhkan komunikasi sebagai saran atau alat untuk mencapai segala keinginannya baik rasa ingin tahu, ingin maju, dan ingin berkembang. Komunikasi juga merupakan salah satu alat beinteraksi makhluk hidup khususnya manusia. Dalam pergaulan hidup manusia, masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi maupun kelompok. Maka dari itu, terjadilah saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan.

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting bukan hanya dalam kehidupan berorganisasi saja, namun dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga komunikasi merupakan hal yang mendasar dalam kehidupan. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara berinteraksi langsung sampai lewat sebuah media. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan mengubah cara berkomunikasi secara drastis. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata saja tetapi bisa berbentuk interaksi seperti, senyum, anggukan kepala dan gerak tubuh. Dengan diterimanya pengertian yang komunikator sampaikan kepada komunikan maka komunikasi akan berjalan efektif.

**Hovland** berpendapat yang dikutip oleh **Effendy** dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik menjelaskan bahwa **“Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.”** (Effendy, 2005)

Definisi menurut **James A.F.Stoner** adalah proses dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Sedangkan

pendapat menurut definisi **Drs. H.A.W. Widjaya** yang mengatakan bahwa pengertian komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.

Menurut **William F. Glueck** yang menjelaskan bahwa komunikasi dapat dibagi menjadi dua bentuk yaitu:

1.) *Interpersonal communications: Interpersonal communications* (komunikasi antarpribadi) adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.

2.) *Organization communications: Organization communications* (komunikasi organisasi) adalah proses dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada sangkutpaut dengan organisasi.

Komunikasi menurut **Harold D. Laswell** digambarkan ada lima formulasi yaitu:

1.) *Who/Siapa* (komunikator)

Komponen komunikator (orang yang menyampaikan pesan) dalam proses komunikasi massa bisa berbentuk perseorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi maupun instan.

2.) *Says what*/apa yang dikatakan (pesan)

Unsur isi pernyataan umum dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan dan sikap serta sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.

3.) *In which channel*/melalui saluran apa (media)

Komponen media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.

4.) *To whom*/kepada siapa (komunikan)

Komponen komunikan/audience yang menjadi sasaran komunikasi yaitu, kepada siapa pernyataan atau pesan itu ditujukan.

5.) *With what effect*/dengan efeknya apa (efek)

Komponen efek (hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan atau pesan umum itu pada sasaran yang dituju). (Mulyana,2005, h.62)

### 2.2.1.2. Fungsi-Fungsi Komunikasi

Menurut **Effendy** dalam bukunya komunikasi terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1.) Menyampaikan informan (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

## 2.) Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan dan kebutuhan akan pengetahuan akan dapat terpenuhi, fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar maupu artikel.

## 3.) Menghibur (*to intertainment*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

## 4.) Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. **(Effendy, 2003, h.55)**

Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Dapat disimpulkan bahwa, keempat tujuan komunikasi diatas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap



seseorang, mengubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

### **2.2.1.3. Tujuan Komunikasi**

Kegiatan komunikasi yang dilakukan manusia sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan yang berbeda-beda, nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendy** :

- 1.) Perubahan sikap (*Attitude change*)
- 2.) Perubahan pendapat (*Opinion change*)
- 3.) Perubahan perilaku (*Behavior change*)
- 4.) Perubahan sosial (*Social change*)

Dari empat poin yang dikemukakan oleh **Onong Uchjana effendy**, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, dan sosial masyarakat. Informasi disampaikan dengan tujuan agar masyarakat pada akhirnya mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya informasi tentang pengurangan penggunaan plastik diharapkan masyarakat mengurangi menggunakan plastik karena dampak kepada lingkungan dengan membawa *tote bag* setiap berbelanja agar dapat mengurangi sampah plastik dan juga memberikan informasi bahwa tempat perbelanjaan tidak menyediakan plastik untuk barang yang mereka beli.

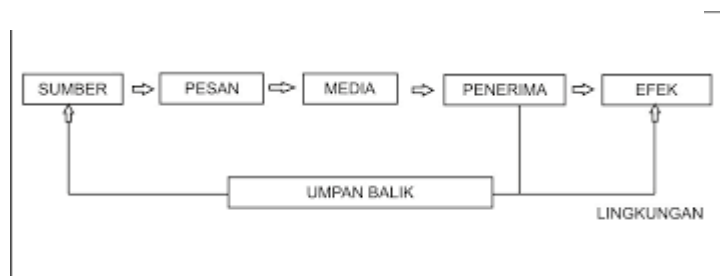
#### 2.2.1.4. Unsur-Unsur Komunikasi

Di dalam ilmu pengetahuan, sebuah unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan. Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Menurut **Aristoteles** bahwa ada tiga unsur komunikasi yaitu:

- 1.) Siapa yang berbicara.
- 2.) Apa yang dibicarakan.
- 3.) Siapa yang mendengarkannya.

Komunikasi dapat berjalan dengan baik dan lancar jika pesan yang disampaikan oleh seseorang di dasari dengan tujuan tertentu yang mana dapat dimengerti. Menurut **Cangara (2004)**, bahwa suksesnya suatu komunikasi apabila dalam penyampaiannya menyertakan unsur-unsur sebagai berikut:

*Gambar 2.1*  
*Unsur-unsur dalam Proses Komunikasi*



Sumber: Cangara, 2014

- 1.) Sumber: Sumber disini sebagai pembuat atau pengirim informasi dimana bisa terdiri dari individu, kelompok sampai organisasi.
- 2.) Pesan: Pesan disini sebagai suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.
- 3.) Media: Media disini sebagai alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Media ini bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya telepon, handphone, serta ada juga media cetak dan elektronik misalnya surat kabar, koran, radio dan televisi.
- 4.) Penerima: Penerima disini sebagai pihak yang menjadi sasaran komunikasi dimana sasaran pesan dikirim oleh sumber dan penerima bisa terdiri dari individu, kelompok sampai organisasi.
- 5.) Pengaruh: Pengaruh disini sebagai perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
- 6.) Umpan Balik: Umpan balik disini sebagai salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima, akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain misalnya pesan dan media meskipun pesan belum sampai pada penerima.
- 7.) Lingkungan: Lingkungan disini sebagai faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi dimana lingkungan ini digolongkan

menjadi empat macam ialah: lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. (Cangara, 2004:22)

#### **2.2.1.5. Efektif Komunikasi**

Komunikasi dapat dikatakan efektif bila seseorang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Dalam kaitan ini, **Tubbs dan Moss (1996, h.22)** mengemukakan bahwa secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap oleh penerima dimana kita harus benar-benar tahu apa yang kita inginkan bila mana keefektifan komunikasi kita lakukan tidak jelas maka tidak dapat terlihat efektifitas komunikasinya.

Menurut **Tube (1996)** dalam bukunya *Communication Process* ada lima hal yang dapat dijadikan ukuran untuk komunikasi yaitu:

##### 1.) Pemahaman

Pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan dengan pengirim pesan. Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pemahaman yang disampaikan.

##### 2.) Kesenangan

Tidak semua komunikasi ditunjukkan untuk menyampaikan maksud tertentu. Sebenarnya tujuan komunikasi transaksional adalah sekedar berkomunikasi dengan orang lain untuk menimbulkan kesejahteraan bersama.

Komunikasi semacam ini biasa disebut komunikasi fatik (Fetish Communication), atau mempertahankan hubungan insani. Sapaan seperti “Hei”, “Apa Kabar?”, “Bagaimana keadaanmu?”, merupakan jenis komunikasi ini.

### 3.) Mempengaruhi sikap

Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagai situasi, kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain, dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap, atau pengaruh sikap, berlangsung terus seumur hidup

### 4.) Memperbaiki hubungan

Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkan jauh sebelum pelaksanaan, dan mengemukakannya dengan tepat pula, dapat dipastikan bahwa hasil komunikasi akan sempurna. Namun keefektifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan. Bila hubungan manusia dibayangkan oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten sekalipun bisa berubah makna atau didiskreditkan. Terkadang, komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mengubah sikap seseorang, tapi hanya untuk memahami motivasi orang lain.

### 5.) Tindakan

Banyak orang berpendapat bahwa komunikasi apapun tidak ada gunanya bila tidak member hasil sesuai yang diinginkan. Mendorong orang lain untuk

melakukan tindakan sesuai dengan apa yang kita inginkan merupakan hasil tersulit dicapai dalam berkomunikasi. Tampaknya lebih mudah mengusahakan agar pesan kita dipahami daripada mengusahakan agar pesan kita disetujui. Selanjutnya, lebih mudah membuat orang lain setuju daripada membuat orang tersebut melakukannya. Beberapa perilaku muncul karena keterpaksaan, tekanan social, atau karena peranan seseorang, dan semua ini tidak memerlukan perubahan sikap terlebih dahulu, biasanya tindakan sukarela muncul terlebih dahulu sebelum terjadi perubahan sikap.

Untuk mencoba membangkitkan tindakan pada penerima pesan, kemungkinan respon sesuai dengan apa yang diinginkan akan lebih besar bila dapat yaitu memudahkan penerima tentang apa yang diharapkan, meyakini penerima bahwa tujuan tersebut masuk akal, dan mempertahankan hubungan harmonis dengan penerima. Tindakan yang diharapkan tidak terjadi secara otomatis, namun besar kemungkinan akan terwujud bila ketiga hal diatas telah terpenuhi (**Tube and Moss, 2001, h.23**).

#### **2.2.1.6. Tipe-Tipe Komunikasi**

**Mulyana (2007)** Dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar ada beberapa tipe komunikasi yang telah disepakati oleh para ahli yaitu:

##### 1.) Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak kita sadari.

## 2.) Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun secara non verbal.

## 3.) Komunikasi Kelompok

Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

## 4.) Komunikasi Publik

Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.

## 5.) Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi adalah komunikasi yang terjadi didalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.

## 6.) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik.

Dari beberapa teori tentang komunikasi jika dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini peneliti memakai tipe komunikasi organisasi dalam melakukan proses komunikasinya.

## **2.2.2. Komunikasi Organisasi**

### **2.2.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Kemudian bila memperhatikan arti kata komunikasi dan organisasi, maka komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada di dalam organisasi itu sendiri, juga antara orang-orang yang berada di dalam organisasi dengan publik luar, dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan **(Modul Universitas Terbuka “Komunikasi Organisasional” 2000 : 1.3).**

Komunikasi organisasi mempunyai batasan dimana sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lainnya. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu hubungan.

Definisi komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan suatu bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan **Pace dan Faules, (2005:32).** Sedangkan definisi



interpretatif komunikasi organisasi cenderung menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu “batas organisasional”. Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi (**Mulyana 2010: 34**).

Dengan kata lain komunikasi merupakan jalan bagi organisasi untuk saling memahami satu sama lain dan mengkoordinasikan kegiatan mereka untuk mempertahankan hubungan yang lebih baik. Untuk itulah komunikasi sangat diperlukan dalam sebuah organisasi (**Harrison, 2006 : 1**).

Berikut pengertian organisasi menurut para ahli :

**Menurut Robbins (1994: 4) mengatakan, bahwa:**

“Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.”

**Menurut Hasibuan (2011:120) mengatakan, bahwa:**

“Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu”.

**Menurut William Schulze (2006:23-35) mengatakan, bahwa:**

“Organisasi adalah penggabungan dari orang-orang, benda-benda, alat-alat, perlengkapan, ruang kerja dan segala sesuatu yang bertalian dengannya, yang dihimpun dalam hubungan yang teratur dan efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan”.

#### **2.2.2.2. Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi**

Komunikasi pada umumnya dimana komunikasi organisasi juga dapat digolongkan ke beberapa bagian, sebagai berikut:

##### **1.) Komunikasi Lisan dan Tulisan**

Hal ini berkaitan dengan bentuk pesan yang akan disampaikan, dimana sebagian besar interaksi manusia terjadi dalam bentuk lisan dan tulisan. Banyak pertimbangan yang menentukan pemilihan diantara kedua bentuk komunikasi tersebut yaitu waktu, biaya, ketepatan, preferensi pribadi, keterampilan berkomunikasi, individu, sumber daya yang tersedia, dan pertimbangan lain yang berhubungan dengan kriteria pengambilan keputusan.

##### **2.) Komunikasi Verbal dan Non Verbal**

Dalam melakukan komunikasi ada dua kemungkinan dalam melakukannya, yaitu dengan mengatakan langsung maksud dan tujuan yang ingin disampaikan atau dengan isyarat muka serta gerakan tubuh seorang komunikan.

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

Bentuk komunikasi ini didasarkan pada arah aliran-aliran pesan dan informasi di dalam suatu organisasi. Alur komunikasi ke bawah dilakukan ketua kepada anggota atau ilustrasinya ialah dari atasan kepada bawahan. Alur komunikasi ke atas dilakukan anggota kepada ketua atau ilustrasinya ialah dari bawahan kepada atasan. Alur komunikasi ke samping dilakukan ketua kepada ketua beda bidang atau ilustrasinya ialah dari karyawan yang setara jabatannya.

### 4.) Komunikasi Formal dan Informal

Bentuk dasar komunikasi ini yaitu gaya, tatakrama, dan pola aliran komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi formal terjadi diantara anggota melalui garis wewenang yang telah ditentukan oleh ketua dan menjadi tanggung jawab ketua dalam hal untuk menciptakan kondisi menyenangkan dalam proses ini. Sedangkan komunikasi informal ialah komunikasi yang dilakukan tanpa memperhatikan struktur yang ada.

### 5.) Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dimana didalamnya ada sebuah *feedback* dari lawan bicara atau tidak, jika ada maka komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dua arah, namun jika komunikasi yang dilakukan tanpa adanya timbal balik maka komunikasi tersebut termasuk satu arah.

### 2.2.2.3. Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi ditentukan berdasarkan isi pesan komunikasi. Menurut **Lee Thayer (dalam Hardjana, 2016:138)** pesan-pesan komunikasi organisasi mempunyai empat tujuan pokok, yaitu *to inform, to persuade, to regulate, to integrate*. Maka sistem komunikasi organisasi melaksanakan empat fungsi berbeda sebagai berikut :

#### 1.) Fungsi Informasi (*Information Function*)

Fungsi utama komunikasi untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bagi individu melalui adaptasi. Sebagai anggota organisasi, karyawan membutuhkan informasi mengenai lingkungan kerja dan informasi untuk bertindak terhadap lingkungan tersebut. Ia membutuhkan informasi tentang tugas, pekerjaan, dan dengan siapa ia bekerja, karena ia tidak bekerja seorang diri secara otonom, tetapi dalam hubungan kerja sama dalam kelompok. Ia membutuhkan informasi untuk membangun hubungan kewenangan dan penyesuaian. Jika ia seorang manajer, ia membutuhkan informasi untuk menentukan tujuan, sasaran, dan masalah-masalah yang terkait dengan tujuan dan sasaran tersebut baik secara internal maupun eksternal (**Hardjana, 2016:139**).

#### 2.) Fungsi Perintah dan Instruksi (*Command And Instructive Function*)

Komunikasi yang menjadikan manajemen mampu membuat karyawan senantiasa bekerja ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini meliputi penentuan apa perintah dan instruksi yang harus diberikan kepada siapa, dan bagaimana harus dijalankan. Fungsi ini menyangkut kepatuhan pada

kebijakan, standarisasi praktik kerja, prosedur, alokasi waktu kapan harus dilaksanakan, dan ketetapan maupun kelengkapan hasil kerja (**Hardjana, 2016:139**).

### 3.) Fungsi Pengaruh dan Persuasi (*Influence And Persuasive Function*)

Komunikasi kewenangan dan posisi dalam struktur hierarki. Kewenangan membawa implikasi bahwa komunikasi harus diterima dan wajib dilaksanakan, sebab mempunyai legitimasi artinya komunikasi tersebut valid dan tidak menyimpang dari tujuan organisasi. Melalui pengaruh dan persuasi, manajemen dengan posisi dan kewenangannya dapat mengendalikan informasi dan perilaku karyawan, terutama melalui peraturan, norma dan tanggung jawab. Konsekuensinya karyawan mempunyai kewajiban untuk menerima dan patuh pada aturan, norma-norma, tanggung jawab, dan loyalitas (**Hardjana, 2016:140**).

### 4.) Fungsi Integrasi (*Integrative Function*)

Komunikasi yang membuat hubungan seluruh anggota organisasi menjadi harmonis dalam kerja sama dan kesepakatan tentang tujuan organisasi. Jadi fungsi integrasi terkait dengan komunikasi formal fungsional yang sekaligus bersifat sosial dan relasional. Integrasi antar segenap karyawan dapat tercapai melalui sosialisasi nilai dan peningkatan martabat, termasuk berbagai acara dan upacara, perayaan HUT organisasi, pertemuan sosial, dan berbagai kegiatan bersama, seperti olahraga dan minat bersama, yang berdampak pada kepuasan kerja, harga diri dan loyalitas karyawan. Fungsi integrasi adalah sosialisasi nilai-nilai budaya organisasi yang membuat hubungan segenap karyawan menjadi serasi dan

berpengaruh pada kepuasan kerja, motivasi, moral, dan rasa betah bekerja (Hardjana, 2016: 140).

#### **2.2.2.4. Tujuan Komunikasi Organisasi**

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi bahkan perilaku (Riant Nugroho, 2004, h72). Menurut **R. Wayne. Pace** dan **Don F. Faules** dalam bukunya “Komunikasi Organisasi” tujuan utama komunikasi organisasi ialah memperbaiki organisasi ditafsirkan untuk sebagai memperbaiki hal-hal dalam mencapai tujuan manajemen dan memperoleh hasil yang diinginkan. Dalam kaitannya, untuk terciptanya komunikasi antara pemimpin dan bawahan harus adanya komunikasi dalam organisasi tersebut.

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut **Liliweri (2013:372-373)** mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi yaitu:

- 1.) Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
- 2.) Membagi informasi.
- 3.) Menyatakan perasaan dan emosi.
- 4.) Melakukan koordinasi.

#### **2.2.2.5. Media Komunikasi Organisasi**

Media adalah suatu alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi. Media yang digunakan dalam komunikasi organisasi jangkauannya

terbatas didalam kantor atau organisasi saja. Jenis yang digunakan tergantung pada bentuk atau jenis komunikasi apakah secara langsung atau tidak. Pada umumnya, media yang dipergunakan dalam komunikasi organisasi yaitu surat, telepon, wawancara, pertemuan dan kunjungan.

Media komunikasi dalam organisasi juga mempunyai saluran atau jembatan dalam berkomunikasi, yaitu:

- 1.) Kebawah – Lisan
- 2.) Katas – Tertulis
- 3.) Keatas – Lisan
- 4.) Kebawah – Tertulis
- 5.) Kesamping – Lisan
- 6.) Tertulis – Lisan

#### **2.2.2.6. Hambatan Pada Komunikasi Organisasi**

Dalam sebuah proses tidaklah selalu mulus tentunya akan banyak terjadi hambatan-hambatan pada perjalanan sama halnya dengan organisasi dimana yang menjadi hambatannya ialah komunikasi, karena komunikasi adalah kunci utama dalam kesuksesan organisasi mengingat banyaknya orang yang terlibat didalamnya. Hambatan tersendiri tentunya bukan menjadikan suatu alasan dalam organisasi dimana semua hambatan pastinya dapat diselesaikan secara baik dan tepat.

Berikut ini macam-macam hambatan dalam organisasi yaitu:

#### 1.) Hambatan Teknis

Hambatan teknis yaitu hambatan yang muncul karena keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Jenis hambatan teknis dalam komunikasi antara lain: Tidak adanya rencana atau prosedur kerja yang jelas, pemilihan media atau saluran yang kurang tepat, kurangnya informasi atau penjelasan, dan kurangnya keterampilan membaca.

#### 2.) Hambatan Semantik

Hambatan semantik yaitu hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau ide secara efektif, yang diungkapkan melalui bahasa.

#### 3.) Hambaran Manusiawi

Hambatan manusiawi yaitu hambatan yang terjadi karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat panca indera seseorang, iklim psikologis dalam organisasi dan dalam iklim kerja.

### **2.2.2.7 Komunikasi Organisasi Dalam Event**

Komunikasi organisasi dalam event adalah proses komunikasi yang terjadi antara berbagai pihak pada suatu organisasi dalam rangka mempersiapkan dan melaksanakan sebuah acara atau *event*. Hal ini meliputi komunikasi antara



pimpinan organisasi, tim pengelola event, karyawan atau relawan, sponsor, media, dan peserta acara.

Komunikasi organisasi dalam *event* mencakup beberapa bentuk komunikasi seperti komunikasi internal, eksternal, dan publik. Komunikasi internal terjadi di antara berbagai departemen dan tim yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, sedangkan komunikasi eksternal terjadi dengan sponsor, media, vendor, dan pihak lain yang berperan dalam acara tersebut. Sementara itu, komunikasi publik berfokus pada hubungan dengan peserta acara dan masyarakat luas yang berpotensi tertarik dengan acara tersebut.

Tujuan dari komunikasi organisasi dalam *event* adalah untuk memastikan bahwa acara berjalan lancar, terkoordinasi dengan baik, dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini meliputi komunikasi yang efektif dalam hal pengorganisasian, promosi, penjualan tiket, manajemen keuangan, logistik, keamanan, serta pengelolaan hubungan dengan berbagai pihak terkait. Dalam keseluruhan, komunikasi organisasi dalam *event* merupakan aspek yang penting dan harus dikelola dengan baik untuk memastikan acara berjalan sukses dan memenuhi tujuan dari organisasi.

### **2.2.3. Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan**

Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan merupakan lembaga pengkajian dan penalaran intra kampus yang memiliki peranan untuk membantu terciptanya visi dan misi kampus serta memiliki tanggung jawab moral dalam

memperbaiki dan membangun kondisi bangsa hari ini karena merupakan suatu bagian integral dari masyarakat Indonesia.

Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan memiliki fungsi sebagai lembaga eksekutif mahasiswa di lingkungan Universitas Pasundan, melaksanakan garis-garis besar haluan program kerja lembaga kemahasiswaan yang telah ditetapkan, merencanakan, menetapkan, dan melaksanakan program kerja mengemban dan melaksanakan amanat kongres mahasiswa Universitas Pasundan, melaksanakan aspirasi mahasiswa.

Selain itu juga, Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, mempererat rasa kekeluargaan dan membina rasa cinta almamater, menyelenggarakan kegiatan yang menunjang kesejahteraan mahasiswa, baik materil maupun spiritual, yang bersifat positif dan inovatif, membina dan mengembangkan kreatifitas, pemikiran, serta penalaran mahasiswa yang bermanfaat bagi kepentingan umum, merealisasikan misi Universitas Pasundan dalam mengembangkan Syiar Islam dan Budaya Sunda.

Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan Kabinet Kujang periode 2021-2022 yang menyelenggarakan event Pasundan *Rise Festival* ini, dalam hal pelaksanaannya dipegang penuh oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi dengan satu tujuan ialah dapat membina dan mengembangkan kreatifitas, pemikiran dan penalaran mahasiswa yang bermanfaat bagi kepentingan umum.

#### **2.2.4. Pasundan Rise Festival**

Pasundan *Rise Festival* adalah sebuah konser musik pertama yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan dan dikemas dengan konsep *festival*. Sudah dua tahun berlalu semenjak pandemik covid-19 Universitas Pasundan tidak pernah mengadakan banyak kegiatan *offline* terutama konser musik besar yang membawa nama Universitas Pasundan. Hal yang menjadi gebrakan baru ini telah membawa banyak inspirasi dan motivasi bagi para mahasiswa Universitas Pasundan untuk dapat berkarya diluar dari kegiatan akademik. Pasundan *Rise Festival* membawakan tema “*CREATION*” yang berarti *creative and innovation*, yang berarti kreatifitas tanpa batas yang menghasilkan sesuatu yang luar biasa dimana seluruh konsep festival telah diatur secara kreatif dan menunjukkan inovasi baru dari Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan.

*Festival* ini membawa banyak hal yang mencakupi kebudayaan Sunda untuk merepresentasikan tanah bumi Pasundan dan Paguyuban. Tujuan utama diadakannya acara ini adalah sebagai wadah untuk para mahasiswa kreatif agar dapat menuangkan idenya dan juga mengembang pola pikir kreatif mereka dimana kedepannya dapat direalisasikan dalam bentuk karya yang dapat dilihat khalayak ramai. Dalam hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1.) Memberikan hiburan yang menarik dan dapat dikenang oleh para penonton.

- 2.) Memberikan edukasi yang cerdas, kreatif, digitalis dan aktif kepada mahasiswa dan masyarakat pada umumnya.
- 3.) Memotivasi mahasiswa untuk percaya akan idenya yang dapat menghasilkan sebuah karya yang luar biasa.
- 4.) Menjadikan Pasundan *Rise Festival* sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengadakan event khususnya event musik.

Pasundan *Rise Festival* juga memiliki satu *pra event* yang dilaksanakan pada hari Kamis, 15 September di Aula Kampus II Taman Sari. *Pra event* ini untuk dapat merepresentasikan Budaya Sunda dengan kental yang menggunakan *ornament* wayang dan batik diiringi penampilan tarian tradisional serta musik modern, dimana kedepannya bisa dianggap sukses dalam menyatukan dua budaya yang berbeda. Selain membawa budaya sunda dengan konsep yang modern, *pra event* ini juga menonjolkan para musisi yang ada dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan sebagai suatu bentuk latihan untuk mereka merepresentasikan karya mereka di depan massa yang banyak (*main eventnya*).

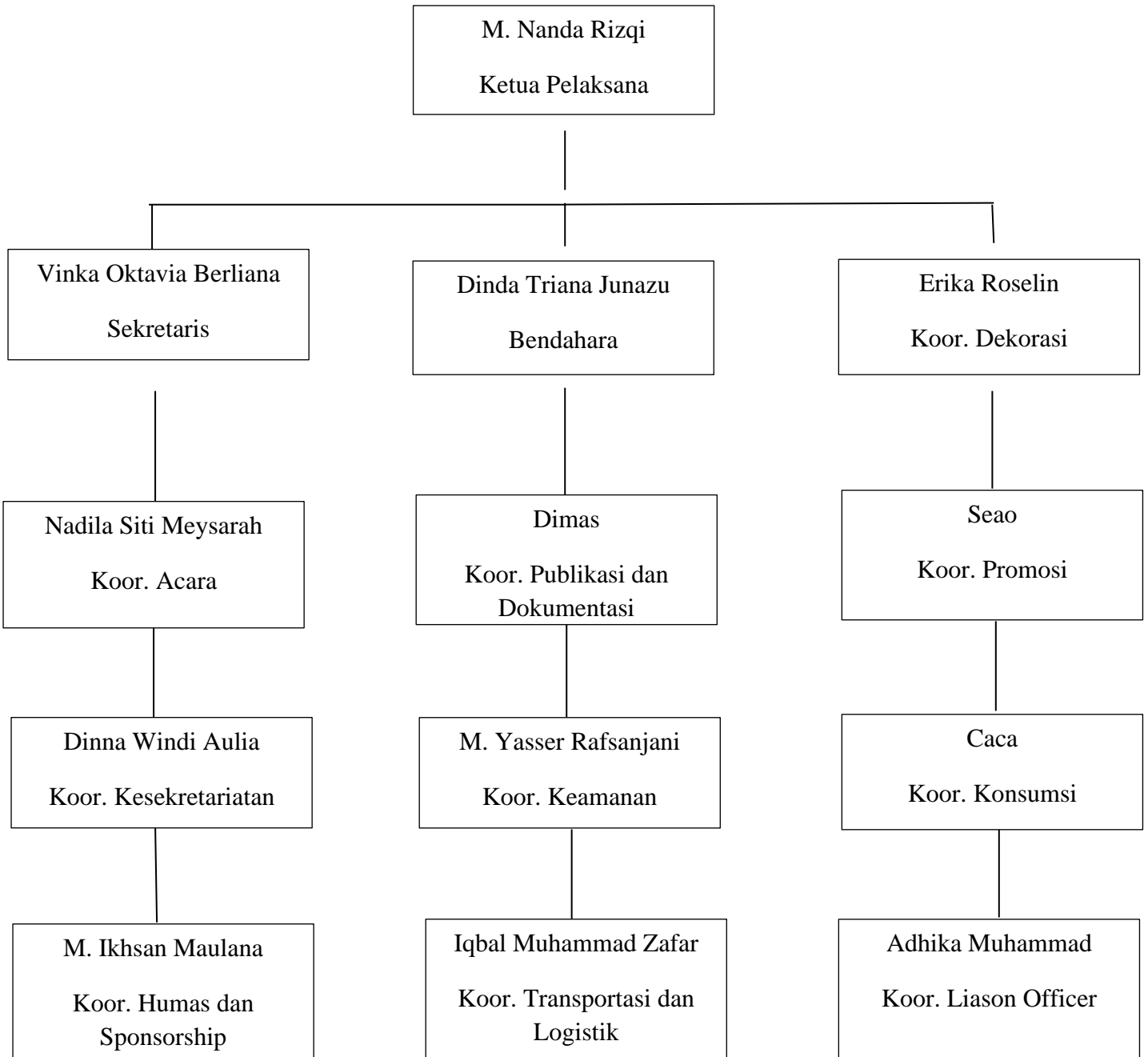
Pasundan *Rise Festival* di *main eventnya* yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 29 Oktober 2022 di Bikasoga Sport Center Cijagra Lengkong mengundang lima *Guest Star* ternama yang berasal dari Bandung dan luar Bandung (Jakarta) yaitu **Pee Wee Gaskins, Rumah Sakit, Skinnyfebs, The Panturas, Perunggu dan Xontolaxono**. Festival ini bukanlah *festival* musik biasa karena *event* ini sudah termasuk kepada *event* nasional dengan bintang tamu band-band yang cukup ternama yang menampilkan hiburan untuk mahasiswa dan masyarakat

umum. Selain penampilan musik, *festival* ini juga membuka banyak tenant yaitu ada makanan, minuman, dan *merchandise* band bagi para wirausaha UMKM untuk menaikkan income penjualan usahanya.

Dari *pra event* dan *main eventnya* Pasundan *Rise Festival*, dapat diambil kesimpulan bahwa Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan telah menjalankan visi dan misi yang dapat menjadi wadah bagi para mahasiswa untuk menyalurkan minat dan bakat, melestarikan budaya Sunda dari Indonesia serta menyatukan para mahasiswa dari setiap fakultas yang ada di Universitas Pasundan. Selain itu juga, Pasundan *Rise Festival* telah menarik banyak perhatian massa sehingga membawa prestasi dan berhasil membesarkan nama Universitas Pasundan itu sendiri.

Gambar 2.2

Struktur kepanitiaian event Pasundan Rise Festival sebagai berikut:



Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2023

## **2.3. Kerangka Teoritis**

### **2.3.1. Teori Birokrasi**

Teori birokrasi menurut (**Max Weber, 1947**) “sebuah pendekatan yang menjelaskan struktur dan karakteristik organisasi modern”. Max Weber menganggap birokrasi sebagai bentuk organisasi yang efisien dan rasional untuk mencapai komunikasi organisasi yang efektif. Dia mengidentifikasi ciri-ciri utama birokrasi dan menjelaskan bagaimana struktur birokrasi mempengaruhi pengambilan keputusan dan tindakan dalam organisasi.

Max Weber mengidentifikasi beberapa ciri khas birokrasi :

- 1.) Struktur Hierarkis: Birokrasi memiliki struktur hierarkis dengan tugas, tanggung jawab, dan wewenang yang terbagi secara berjenjang. Setiap tingkat dalam hierarki memiliki atasan yang memerintah dan mengendalikan tugas dan keputusan bawahan.
- 2.) Pembagian Kerja dan Spesialisasi: Birokrasi melibatkan pembagian kerja yang tegas dan spesialisasi tugas. Setiap individu memiliki tugas yang terdefinisi dengan jelas berdasarkan bidang keahliannya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam organisasi.
- 3.) Aturan dan Prosedur yang Tertulis: Birokrasi beroperasi berdasarkan aturan dan prosedur yang terdokumentasi secara tertulis. Aturan-aturan ini mengatur berbagai aspek organisasi, termasuk pengambilan keputusan,

pelaporan, penugasan, dan sanksi. Kepatuhan terhadap aturan-aturan ini dianggap penting untuk memastikan konsistensi dan prediktabilitas.

4.) Karir Berdasarkan Kualifikasi: Birokrasi memberikan perhatian pada karir berdasarkan kualifikasi dan kompetensi. Kenaikan jabatan dan promosi tergantung pada pencapaian dan keterampilan individu. Hal ini mendorong profesionalisme dan meritokrasi dalam organisasi.

5.) Netralitas dan Impersonalitas: Birokrasi menekankan netralitas dan impersonalitas dalam pengambilan keputusan. Keputusan harus didasarkan pada pertimbangan obyektif dan kriteria yang jelas, dan tidak boleh dipengaruhi oleh preferensi pribadi atau hubungan personal.

Teori birokrasi Weber menekankan pentingnya struktur, aturan, dan pengorganisasian rasional dalam mencapai efisiensi dan stabilitas dalam organisasi. Namun, penting juga untuk dicatat bahwa birokrasi juga dapat memiliki kelemahan, seperti rigiditas (ketidakmampuan beradaptasi), birokratisasi berlebihan, dan penyalahgunaan kekuasaan.

### **2.3.2. Teori Fungsional Struktural**

Teori fungsional struktural yaitu suatu sistem sosial yang terdiri dari bagian-bagian atau elemen yang saling berkaitan dan saling menyatu dalam keseimbangan. Fungsional struktural merupakan sebuah sudut pandang yang luas dalam aspek sosiologi dan antropologi dimana dapat berupaya untuk menafsirkan masyarakat sebagai sebuah struktur dengan bagian-bagian yang saling berhubungan satu sama lainnya. Fungsionalisme dapat menafsirkan masyarakat



secara keseluruhan dalam hal fungsi dari elemen-elemen konstituennya terutama dalam hal norma, adat, tradisi dan institusi.

Teori fungsional struktural dapat dikatakan sebagai salah satu paham atau perspektif di dalam sosiologi yang memandang masyarakat sebagai sebuah sistem dimana seluruh struktur sosialnya terkonsolidasi menjadi satu, masing-masing memiliki fungsi yang berbeda-beda tapi saling berkaitan satu sama lainnya dan menciptakan keteraturan sosial serta keseluruhan elemen akan saling beradaptasi baik terhadap perubahan internal dan eksternal dari masyarakat itu sendiri, yang dimana jika ada salah satu unsur tidak bekerja maka masyarakat tersebut akan terganggu.

Teori yang digagas oleh **Talcott Parsons** memiliki empat imperative fungsional bagi sistem “tindakan” yaitu skema AGIL, Adaptasi, Goals, Integritas, dan Latency, yang dimana memiliki fungsi sebagai suatu gagasan aktivitas yang diarahkan untuk memenuhi satu atau beberapa kebutuhan sistem. Oleh karena itu, teori ini di butuhkan oleh sebuah organisasi untuk dapat menjaga sistem dalam organisasi agar sesuai dengan fungsinya guna mencapai tujuan organisasi. Keempat imperatif fungsional dengan skema AGIL sebagai berikut :

- 1.) Adaptasi (*A/adaptation*), sistem harus dapat mengatasi kebutuhan situasional yang datang dari luar. Dalam arti harus mampu beradaptasi dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan dengan kebutuhan.
- 2.) Pencapaian tujuan (*Goal attainment*), sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan-tujuan utamanya.

- 3.) Integrasi, sistem harus mengatur hubungan dari bagian yang menjadi komponennya. Dalam arti harus mampu mengatur hubungan antar ketiga imperatif fungsional tersebut (A,G,L).
- 4.) Pemeliharaan pola, (*Latency pattrens*), sistem harus dapat melengkapi, memelihara dan memperbaiki motivasi individu dan pola budaya yang menciptakan serta mempertahankan motivasi tersebut.

Oleh karena itu, organisasi memiliki berbagai fungsi penting yang menentukan kualitas kehidupan (individu, kelompok, dan organisasi), maka ini sesuai dengan organisasi yang menjadi objek penelitian yaitu Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan karena di dalam organisasi tersebut mempunyai anggota yang setiap anggotanya memiliki peran dan fungsi berbeda dalam mencapai sebuah tujuan organisasi itu sendiri.

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan dari berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Definisi komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan suatu bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan **Pace dan Faules, (2005:32)**. Menurut **Wiryanto dalam Romli (2014:2)** komunikasi organisasi merupakan alat dalam membangun sebuah organisasi yang baik saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu,

jika dalam organisasi terjadi sebuah kesalahan dalam penafsiran komunikasi hal tersebut akan mempengaruhi terhadap tujuan organisasi.

Pasundan *Rise Festival* dalam menyelenggarakan *event* musik yang berskala nasional dengan mengundang guest star ternama di Indonesia menjadi suatu bentuk perwujudan keberhasilan dari sebuah organisasi yang pastinya mempunyai tujuan masing-masing organisasi tersebut. Keberhasilan menyelenggarakan event ini adalah sebagian dari tujuan organisasi yang memang buah hasil dari organisasi bukan dihasilkan oleh individu saja dan juga menjadi sebuah pencapaian bagi Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan yang dapat meningkatkan mutu kualitas kinerja organisasi dalam hal peningkatan nama baik Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Pasundan di kalangan mahasiswa dan masyarakat.

Dalam hal ini, manajemen dari organisasi tersebut mengenai komunikasi di dalam internal organisasi yang terbilang berhasil untuk mencapai tujuan bersama, yang dimana keberhasilan tersebut menjadikan adanya peran komunikasi organisasi didalamnya karena komunikasi merupakan suatu hal yang *esensial* demi terciptanya koordinasi dan suasana yang lebih baik untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain, dalam menjalankan komunikasi organisasi yang baik perlu berkomunikasi dengan baik pula agar terjalin oleh setiap individu di dalam organisasi tersebut. Perencanaan juga menjadi aspek penting dalam hal komunikasi, maka dari itu perencanaan komunikasi di dalam organisasi yang tepat agar komunikasi berjalan secara efektif dan efisien. Peran *leader* atau pemimpin

juga sangat berpengaruh besar terhadap perubahan perilaku individu di dalam organisasi tersebut yang berupaya untuk mencapai tujuan organisasi.

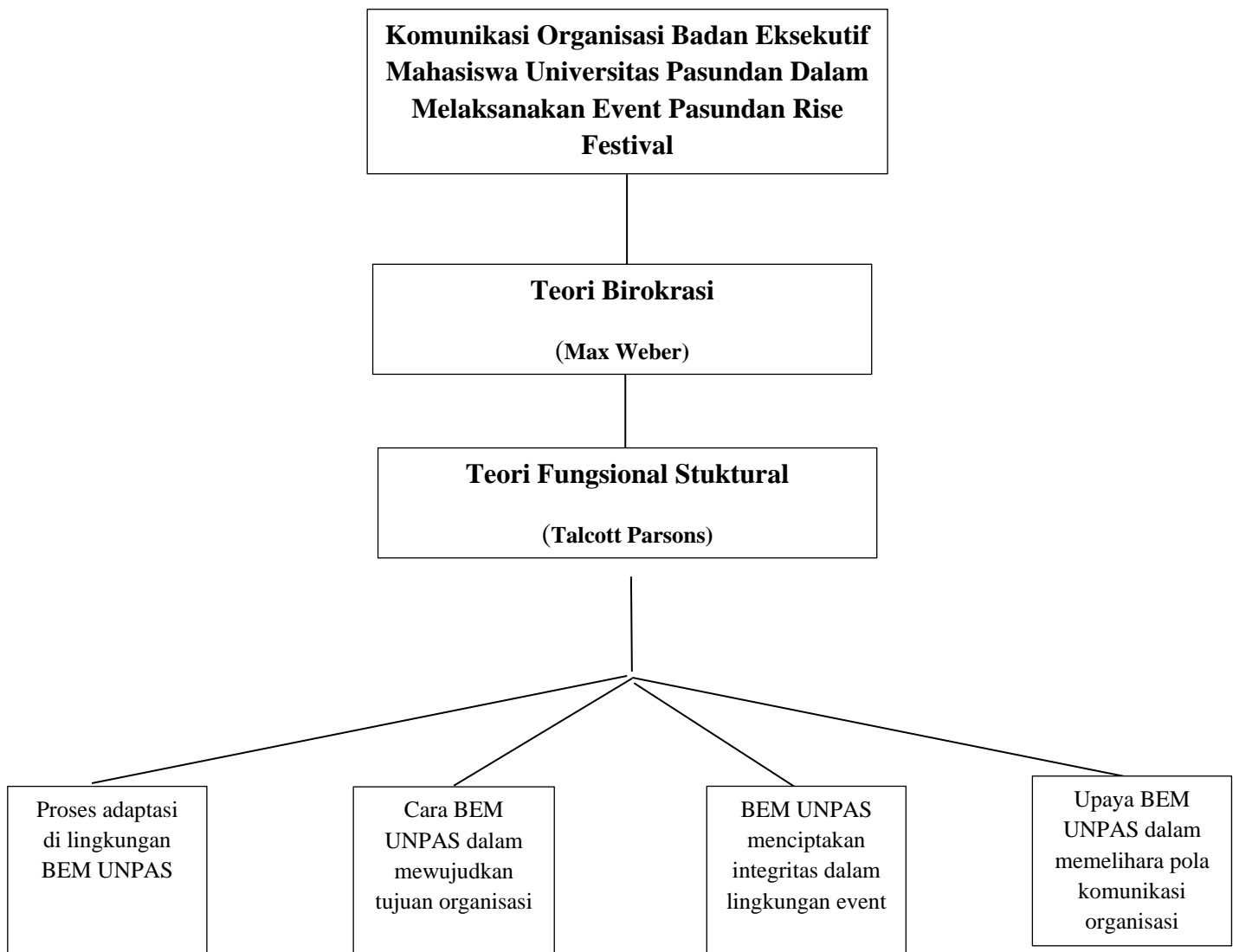
**Menurut Teori Fungsional Struktural (Talcott Parsons, 1951)** “suatu sistem sosial yang terdiri atas bagian-bagian atau elemen yang saling berkaitan dan saling menyatu dalam keseimbangan”. Fungsional struktural adalah sebuah sudut pandang luas dalam sosiologi dan antropologi yang berupaya menerangkan kepada masyarakat sebagai sebuah struktur dengan bagian-bagian yang saling berhubungan satu sama lainnya. Fungsionalisme menafsirkan masyarakat secara keseluruhan dalam hal fungsi dari elemen-elemen konstituennya, terutama norma, adat, tradisi dan institusi (George Ritzer dan Douglas J. Godman, 2007). Teori yang digagas oleh Talcott Parsons memiliki empat imperative fungsional bagi sistem “tindakan” yaitu skema AGIL, Adaptasi, Goals, Integritas, dan Latency, yang dimana memiliki fungsi sebagai suatu gagasan aktivitas yang diarahkan untuk memenuhi satu atau beberapa kebutuhan sistem.

Dalam kaitannya, teori birokrasi dan teori fungsional struktural keduanya tersebut menganalisis struktur dan fungsi organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. Teori birokrasi dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menganalisis struktur organisasi dan bagaimana elemen-elemennya saling berhubungan dalam mencapai fungsi-fungsi tertentu. Di sisi lain, teori fungsional struktural dapat membantu menjelaskan bagaimana fungsi-fungsi yang berbeda dalam organisasi berkontribusi pada stabilitas dan keselarasan keseluruhan dan dalam konteks komunikasi, baik teori birokrasi maupun teori fungsional struktural mengakui pentingnya interaksi dan komunikasi dalam organisasi.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti membuat bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.3**

**Bagan Kerangka Pemikiran**



*Teori AGIL (Adaptation, Goal Attainment, Integration, dan Latency) dalam buku*

*The Social System oleh Talcot Parson*

Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2023