

## **BAB II.**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada penelitian ini diperlukan suatu konsep berupa definisi atau batasan yang jelas agar tidak terjadi kerancuan arti atau kesalah pahaman dalam menginterpretasikannya, sehingga konsep-konsep atau istilah-istilah yang ada dapat di pergunakan secara oprasional.

#### **2.1 Studi Kualitatif**

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya prilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentukm kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah<sup>6</sup>.

Istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain.

---

<sup>6</sup> Moloeng, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi . Rosdakarya. Bandung.p.6

Contohnya, dapat berupa penelitian tentang kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, peranan organisasi, gerakan sosial, atau hubungan timbal balik. Sebagian datanya dapat dihitung sebagaimana data sensus, namun analisisnya bersifat kualitatif.

Bodgan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan<sup>7</sup>.

### **2.1.1 Karakteristik Penelitian Kualitatif**

Metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah<sup>8</sup>. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku, yang dapat diamati dari satu individu, kelompok, masyarakat, dan atau suatu organisasi tertentu dalam suatu *setting*

---

<sup>7</sup> Bodgan, Taylor.1975. Introduction to qualitative research methods.p.5

<sup>8</sup> Miles , Huberman, 1994. Metode Penelitian Kualitatif.p.6-7

konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik<sup>9</sup>

Dari hasil penelaahan diatas dapat disimpulkan karakteristik penelitian kualitatif adalah :

- a) Latar alamiah. Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (*entity*) . Hal ini dilakukan, menurut Lincoln dan Guba ( 1985, 39), karena ontologi alamiah menghendaki adanya kenyataan- kenyataan sebagai keutuhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari konteksnya.
- b) Manusia sebagai alat ( *human instrument* ) . Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama
- c) Analisis data secara induktif. Penelitian kualitatif mengutamakan analisis secara induktif, dari lapangan tertentu yang bersifat khusus, untuk ditarik suatu proposisi atau teori yang dapat digeneralisasi secara luas.
- d) Deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif
- e) Lebih mementingkan proses daripada hasil. Penelitian kualitatif lebih banyak mementingkan segi “proses” daripada “ hasil”. Hal ini disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas apabila diamati dalam proses

---

<sup>9</sup> Bodgan, Taylor.1975. Introduction to qualitative research methods.p.22

- f) Adanya “batas” yang ditentukan oleh “fokus”. Penelitian kualitatif menghendaki ditetapkan batas dalam penelitiannya atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian.

### **2.1.2 Tujuan Penelitian Kualitatif**

Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (to understand) fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji dengan observasi partisipan pasif merupakan jenis penelitian kualitatif dengan melakukan observasi menyeluruh pada sebuah latar tertentu tanpa sedikitpun mengubahnya dan tanpa ikut terlibat langsung dalam kegiatan. Tujuan utamanya ialah untuk mengamati dan memahami perilaku seseorang atau kelompok orang dalam situasi tertentu

## **2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi**

### **2.2.1 Pengertian Komunikasi**

Secara etimologis, istilah komunikasi yang dalam bahasa inggrisnya *communication* berasal dari kata Latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, dalam artian sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila ada orang-orang yang terlibat dalam interaksi dan terdapat kesamaan makna terhadap suatu hal yang dikomunikasikan, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung, dan sebaliknya jika ia tidak mengerti maka komunikasi

tidak berlangsung. Hal ini terkait dengan komunikatif atau tidaknya seseorang dalam berkomunikasi<sup>10</sup>

Secara termitologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian tersebut jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang. Komunikasi yang disini adalah manusia (*Human Communication*).

Secara pragmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media seperti penelitian kali ini. Komunikasi juga merupakan suatu transaksi, proses simbolik, yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antara sesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Komunikasi juga merupakan bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh dan mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal

---

<sup>10</sup> Cangara, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.p.9-11

ekspresi muka, lukisan, senin dan teknologi. Tujuan dari berkomunikasi jelas untuk mencapai adanya kesamaan makna<sup>11</sup>.

Komunikasi adalah proses dimana seseorang menyampaikan gagasan, harapan, melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan penyampaian pesan dan ditujukan kepada penerima pesan. Komunikasi adalah salah satu kegiatan manusia yang telah dipahami semua orang, tetapi tidak semua dapat dipahami maknanya. Bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (komunikan), dengan perubahan itu akan diperoleh persamaan persepsi dan tujuan. Komunikasi dalam hal ini merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang pada orang lain dengan menggunakan lambang yang bermakna sama bagi kedua belah pihak.

Kebutuhan akan komunikasi memang merupakan masalah yang sangat fundamental bagi setiap manusia. Oleh karena itu komunikasi sebagai alat ekspresi dari setiap keinginan manusia, baik secara individu maupun kelompok. A.W Widjaya, (2000:13) mendefinisikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat<sup>12</sup>. Komunikasi juga dapat diartikan hubungan kontrak antar manusia baik individu maupun kelompok. Pengertian komunikasi sudah banyak didefinisikan oleh banyak ahli. Dari banyak pengertian tersebut jika

---

<sup>11</sup> Cangara, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.p.8.21

<sup>12</sup> Widjaya, A. W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.p.13

dianalisis dapat disimpulkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, melalui pengirim dan penerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), sehingga terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik<sup>13</sup>

### **2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Proses komunikasi dapat dibandingkan dengan tata cara produksi dan konsumsi. Proses ini melibatkan produksi makna (*production of meaning*), melalui penggunaan bahan-bahan mentah yang terdiri dari kata-kata, gambar-gambar, lambang-lambang, dan tindakan-tindakan komunikator. Di samping itu melibatkan konsumsi makna (*consumption of meaning*) melalui pendengaran, penglihatan, sentuhan, perasaan, dan penciuman yang dilakukan oleh khalayak ramai.

Komunikasi melibatkan tiga unsur yaitu pengirim, media komunikasi, dan penerima. Komunikasi yang baik bergantung pada ketiga unsur ini. Jika si pengirim tidak kompeten atau pesan yang disampaikan tidak jelas maka si penerima tidak akan mengalami makna dari tanda-tanda yang diberikan, dan proses komunikasi itu pun gagal. Agar komunikasi berlangsung, harus terdapat sumber dan penerima yang memiliki pengalaman yang sama. Jelasnya jika penerima tidak memiliki pengetahuan yang sama dengan pengirim mengenai bahasa atau sandi, konsep, sistem nilai, dan sebagainya maka pengiriman makna akan terhambat atau benar-benar gagal. Pentingnya kesamaan pengalaman ini

---

<sup>13</sup> Daryanto. 2010. Ilmu komunikasi. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.p.171

terletak pada fakta bahwa komunikator harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup mengenai penerima atau komunikan. Dengan demikian, komunikator dapat menyampaikan konsep-konsep yang dapat dipahami agar dapat disandi ke dalam lambang-lambang<sup>14</sup>.

Menurut Effendy (1994: 16-19) Unsur-unsur komunikasi meliputi:

- a. Komunikator (*source*), orang yang membawa/ menyampaikan pesan.
- b. Pesan (*message*), berita atau informasi yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Saluran (*channel*), sarana penyampaian pesan dalam kegiatan komunikasi.

Saluran terdiri dari:

1. Pendengaran (lambang berupa suara / audio)
  2. Penglihatan (lambang berupa sinar, pantulan sinar atau gambar)
  3. Penciuman (lambang berupa bau-bauan)
  4. Rabaan (lambang berupa sentuhan)
- d. Komunikan (*communicant*), objek sasaran yang dituju dari komunikator.
  - e. Umpan balik (*feedback*), arus umpan balik dalam rangka proses berlangsungnya komunikasi. Pada penelitian ini umpan balik yang ditimbulkan tidak dapat berlangsung secara langsung<sup>15</sup>.

### 2.2.3 Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell, Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

<sup>14</sup> <http://www.e-jurnal.com/2013/12/unsur-unsur-komunikasi.html>

<sup>15</sup> Uchayana, Effendy. 1994. Ilmu komunikasi, PT Remaja Rosdakarya. Bandung.p.16-19

a) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experience*) merupakan faktor penting juga dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

Sebagai contoh seperti yang diungkapkan oleh Sendjaja (1994:33) yakni : Si A seorang mahasiswa ingin berbincang-bincang mengenai perkembangan valuta asing dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Bagi si A tentunya akan lebih mudah dan lancar apabila pembicaraan mengenai hal tersebut dilakukan dengan si B yang juga sama-sama mahasiswa. Seandainya si A tersebut membicarakan hal tersebut dengan si C, seorang pemuda desa tamatan SD tentunya proses komunikasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya seperti yang diharapkan si A. Karena antara si A dan si C terdapat perbedaan yang menyangkut tingkat pengetahuan, pengalaman, budaya, orientasi dan mungkin juga kepentingannya.

Contoh tersebut dapat memberikan gambaran bahwa proses komunikasi akan berjalan baik atau mudah apabila di antara pelaku (sumber dan penerima)

relatif sama. Artinya apabila kita ingin berkomunikasi dengan baik dengan seseorang, maka kita harus mengolah dan menyampaikan pesan dalam bahasa dan cara-cara yang sesuai dengan tingkat pengetahuan, pengalaman, orientasi dan latar belakang budayanya. Dengan kata lain komunikator perlu mengenali karakteristik individual, sosial dan budaya dari komunikan.

b) Proses komunikasi secara skunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian ide-ide atau gagasan melalui media. proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam proses komunikasi sekunder. Contoh lain proses komunikasi secara sekunder adalah pada komunikasi-komunikasi massa, dimana *feedback*-nya tidak segera atau *delayed feedback* (umpan balik dari komunikan tertunda). Dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian paduan pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan suatu sarana sebagai media<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Uchayana, Effendy. 1994. Ilmu komunikasi , PT Remaja Rosdakarya. Bandung.p.11-19

Seperti dalam penelitian ini, yaitu pengaplikasian komunikasi sekunder yang menggunakan media komunikasi yang berupa Handy Talky oleh kalangan protokol.

#### **2.2.4 Jenis-Jenis Komunikasi**

##### **a) Komunikasi Massa**

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan.

##### **b) Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya.

##### **c) Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapribadi atau Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara self dengan God. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan.

##### **d) Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok

Dalam penelitian kali ini, dimana anggota protokol berkomunikasi menggunakan media Handy Talky namun secara kelompok, dapat dikategorikan sebagai komunikasi massa dan komunikasi kelompok.

## **2.3 Tinjauan Tentang Protokol**

### **2.3.1 Pengertian dan Sejarah Kata Protokol**

Dalam pengertian luas protokoler adalah seluruh hal yang mengatur pelaksanaan suatu kegiatan baik dalam kedinasan/kantor maupun masyarakat. Secara etimologis istilah protokol dalam bahasa Inggris *protocol*, bahasa Perancis *protocole*, bahasa Latin *protocoll(um)* dan bahasa Yunani *protocollon*. Dalam kamus Bahasa Inggris Oxford,

Awalnya, istilah protokol berarti halaman pertama yang dilekatkan pada sebuah manuskrip atau naskah. Sejalan dengan perkembangan jaman, pengertiannya berkembang semakin luas tidak hanya sekedar halaman pertama dari suatu naskah, melainkan keseluruhan naskah yang isinya terdiri dari catatan, dokumen persetujuan, perjanjian, dan lain-lain dalam lingkup secara nasional maupun internasional. Perkembangan selanjutnya, protokol berarti kebiasaan-kebiasan dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan formalitas, tata urutan dan etiket diplomatik. Aturan-aturan protokoler ini menjadi acuan institusi pemerintahan dan berlaku secara universal.

Masalah protokoler ditujukan pada keberhasilan pelaksanaan suatu kegiatan dan pada hal-hal yang mengatur seluruh manusia yang terlibat dalam pelaksanaan suatu kegiatan. Suatu kegiatan apapun pada dasarnya merupakan pelaksanaan dari hasil kerja tahapan-tahapan sebelumnya. Tahapan-tahapan tersebut diperlukan untuk menunjang suksesnya puncak acara. Keprotokolan di Indonesia diatur dalam Undang-undang nomor 8 tahun 1987, ialah serangkaian aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi aturan mengenai tata tempat, tata upacara dan tata penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan atau masyarakat<sup>17</sup>.

( Dalam Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 2010 BAB 1 Pasal 1 : 131) tentang Keprotokolan yaitu serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan sebagai bentuk penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan dan / atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan , atau masyarakat<sup>18</sup>.

Menurut Poerwadarminta (2002) dalam ( Wahab, Samsudin 2004 : 2 ) berpendapat protokol sebagai upacara dan etiket yang dijalankan oleh para birokrat atau diplomat dan kepala negara : salinan pertama sebuah perjanjian ataupun dokumen lain sebelum disahkan<sup>19</sup> .

---

<sup>17</sup> Panca. 2006. *sejarah-kata-protokol*. (Post.Juli 2006 ) ( Diakses pada tanggal 8 April 2013). <http://panca.wordpress.com/2006/07/17/sejarah-kata-protokol>

<sup>18</sup> Dalam Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 2010 BAB 1 Pasal 1 tentang Keprotokolan.p.131

<sup>19</sup> Wahab, Samsudin. 2004. Panduan Protokol dan Tata Tertib Majelis, PTS Profesional.p.2

Menurut Longmans (1991) dalam ( Wahab, Samsudin 2004 : 2 ), memberikan penafsiran yang sama yaitu sistem upacara tentang peraturan-peraturan yang ditetapkan dan tingkah laku yang dijalankan oleh pejabat atau birokrat. Penjelasan beliau menunjukkan protokol ini lebih utama dalam acara-acara resmi<sup>20</sup>. Dalam dunia diplomasi, peraturan-peraturan protokol bukanlah sesuatu yang dapat diganggu gugat. Dalam tugas protokol menjamin kelangsungan acara sesuai konsep dan aturan sehingga kepentingan pejabat dan kepentingan publik dapat berjalan secara bersamaan dalam suatu acara.

### **2.3.2 Tugas Protokol**

Tugas protokoler turut menentukan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi atau institusi. Disamping itu, protokol juga merupakan bagian yang melekat dari aktivitas perusahaan dan turut mewarnai budaya kerja, terutama bagi para petugas protokol yang sangat dekat perannya dalam mendukung tugas kepemimpinan, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Diperlukan adanya keberadaan protokol dalam sebuah lembaga/ perusahaan adalah karena protokol ikut menentukan terciptanya suasana yang mempengaruhi keberhasilan suatu acara yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Selain itu dapat menciptakan tata pergaulan yang mndekatkan satu sama lain dan dapat diterima

---

<sup>20</sup> Wahab, Samsudin. 2004. Panduan Protokol dan Tata Tertib Majelis, PTS Profesional.p.2

oleh semua pihak, terciptanya upacara yang khidmat, megah, dan agung, serta terciptanya ketertiban dan rasa aman dalam menjalankan tugas<sup>21</sup>.

#### **2.4 Tinjauan Tentang Media Komunikasi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, film, internet, poster, dan spanduk. Atau media juga diartikan sebagai alat yang terletak diantara dua pihak (orang/golongan) atau sebagai perantara, penghubung.

Lasswell mengemukakan fungsi media di masyarakat adalah untuk: pengawasan (*surveillance*), yaitu menyampaikan informasi-informasi tentang lingkungan; korelasi (*correlation*), yaitu memberikan opsi atau pilihan untuk menyelesaikan masalah dan transmisi (*transmission*), yaitu melakukan sosialisasi dan pendidikan. Kemudian Wright menambahkan satu fungsi lagi yaitu untuk hiburan (*entertainment*) (Lasswell & Wright, 2004:208).

Komunikasi bermedia termasuk dalam proses komunikasi skunder. Secara lengkap proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai media pertama<sup>22</sup> (Efendy, 1997:16).

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi disebabkan oleh efesiensinya dalam mencapai komunikasi. Namun keefektifan dan

---

<sup>21</sup> Dalam Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 2010 BAB 1 Pasal 1 tentang Keprotokolan.p.131

<sup>22</sup> Uchayana, Effendy. 1997. Ilmu komunikasi, PT Remaja Rosdakarya. Bandung.p.16

efisiensi komunikasi bermedia hanay dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif<sup>23</sup>.

Media Komunikasi berasal dari dua kata yakni media dan komunikasi, yang masing-masing mempunyai arti tertentu. Media adalah peralatan atau kegiatan yang menciptakan suatu kondisi sehingga memungkinkan seseorang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan sikap. Wujud media bisa tertulis maupun lisan, manual, elektrik atau elektronik, dan sebagainya.

Media komunikasi sangat mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi. Media komunikasi adalah suatu alat yang dipergunakan untuk mempermudah penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Maka pengertian media komunikasi dapat didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk komunikasi. Pengertian media komunikasi ini juga dapat diartikan sebagai alat bantu untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Pengertian media komunikasi ini menjadi alat bantu atau seperangkat sarana yang digunakan untuk kelancaran proses komunikasi<sup>24</sup>.

Pengertian media komunikasi bisa bermacam-macam bentuknya tergantung dari bentuk komunikasi yang dilakukan. Ada beberapa bentuk komunikasi yang memerlukan media komunikasi, bentuk komunikasi yang memerlukan media

---

<sup>23</sup> Uchayana, Effendy. 1997. Ilmu komunikasi , PT Remaja Rosdakarya. Bandung.p.17

<sup>24</sup>Psikologi Zone. 2010. Definisi Media Komunikasi dan Fungsinya. (Post 23 November 2010) ( Diakses Pada Tanggal 09 April 2013 ) [http:// psikologizone.com/definisi-media-komunikasi-dan-fungsinya/06511971](http://psikologizone.com/definisi-media-komunikasi-dan-fungsinya/06511971)

adalah komunikasi yang tidak memungkinkan komunikan dan komunikator untuk dapat menjalankan proses komunikasinya tanpa alat. Biasanya tergantung dari jarak dan posisi antara komunikator dengan komunikan yang pada akhirnya akan menentukan komunikasi tersebut memerlukan media atau tidak, seperti halnya pada penelitian berikut ini yang menggunakan jenis media audio yaitu Handy Talky, tapi ada juga yang memang tidak memerlukan media komunikasi seperti komunikasi yang bersifat langsung atau tatap muka.

Sejatinya pengertian media komunikasi adalah sebagai alat atau saran untuk menyampaikan atau mentransfer informasi dan pesan dari satu orang kepada orang yang lain. Media komunikasi digunakan untuk mempermudah penyampaian ini. Itulah yang menjadi awal tujuan dan tujuan utama dari adanya media komunikasi yang ada di dalam kehidupan kita.

Menurut jenisnya, media komunikasi dapat dikelompokkan dalam tiga macam, yaitu :

- a. Media Komunikasi berupa Audio ( Media Komunikasi Audio ), yaitu suatu alat komunikasi yang dapat ditangkap melalui alat pendengaran. Contohnya : Radio, Telepon, *Tape recorder*, dan sebagainya.
- b. Media Komunikasi berupa Visual ( Media Komunikasi Visual ), yaitu alat komunikasi yang ditangkap melalui alat penglihatan. Contohnya : Surat, transparansi, chart atau grafik, dan lain-lain.

- c. Media Komunikasi yang berupa Audio Visual ( Media Komunikasi Audio Visual ), yaitu alat komunikasi yang dapat dilihat dan dapat didengar. Contohnya : televisi, VCD, layar lebar, Internet, wawancara ( *face to face* ), kunjungan, dan sebagainya.
- d. Media Komunikasi mempunyai fungsi, secara umum terbagi menjadi 4, yakni :
  - 1) Alat untuk menyampaikan informasi.
  - 2) Alat untuk menerjemahkan lambang komunikasi.
  - 3) Alat untuk mempercepat dan mempersingkat penyampaian informasi.
  - 4) Alat untuk menghibur ( *to entertaint* ) dan mendidik ( *to educat* )<sup>25</sup>.

Pada penelitian ini Handy Talky merupakan jenis media komunikasi audio karena menggunakan dan memanfaatkan indra pendengaran yang dihantarkan melalui sinyal atau gelombang radio pada frekuensi tertentu.

Dalam (Effendy, 1996: 87) media komunikasi dklasifikasikan menjadi dua yaitu:

#### **2.4.1 Media primer (primery media)**

Media primer meliputi bahasa, isyarat dengan menggunakan anggota tubuh misalnya mengangguk, melambaikan tangan, dan dengan bahasa tubuh lain dapat mengandung arti, selain itu dapat juga berupa warna dan gambar yang digunakan untuk mengekspresikan pikiran atau perasaan. “ Pesan terdiri dari dua aspek,

---

<sup>25</sup> [www.bimbingan.org/jenis-jenis-media-komunikasi.html](http://www.bimbingan.org/jenis-jenis-media-komunikasi.html), 26 Mei 2013

pertama isi pesan berupa pikiran atau perasaan, dan kedua adalah lambang yang berfungsi sebagai media untuk menyalurkannya.

#### **2.4.2 Media Sekunder**

Media sekkunder merupakan sarana penyampai informasi kepada komunikan yang banyak, daerah yang jauh atau merupakan keduanya. Medianya disini di golongankan menjadi media massa dan media nirmasa. Media massa sering disebut juga komuikasi massa yang mempunyai pengertian komunikasi yang memakai media massa. Yang termasuk media massa adalah pers, siaran radio televisi, film, dan media massa lainnya yang menimbulkan keserempakan. Sedangkan komunikasi nirmassa disebut juga komunikasi ysng bukan memakai media massa. Yang termasuk ke dalam media nirmassa adalah surat, telepon, posterm famflet, spanduk, berkala intern, dan lainnya yang bukan termasuk media massa<sup>26</sup>.

Klasifikasi di atas sudah jelas bahwa media elektronik dan cetak termasuk ke dalam media sekunder. Media sekunder ini merupakan saluran komunikasi untuk menyampaikan informasi dengan jumlah massa yang banyak atau jauh atau juga kedua-duanya.

Media / sarana komunikasi dalam hal ini media informasi sesuai dengan kemajuan zaman mengalami perkembangan. Dalam penelitian kali ini di mana Handy Talky termasuk kedalam media komunikasi sekunder karena Handy Talky merupakan perangkat komunikasi elektronik yang menggunakan gelombang radio, sama

---

<sup>26</sup> Uchayana, Effendy. 1996. Ilmu komunikasi , PT Remaja Rosdakarya. Bandung.p.87

seperti halnya radio namun Handy Talky dapat mengirimkan *feedback* secara langsung ( *direct feedback* )

## **2.5 Tinjauan Tentang Handy Talky**

Dalam definisinya, Handy Talky merupakan alat komunikasi dua arah yang tidak menggunakan kabel. Handy Talky ini biasa disebut secara singkat HT. Handy Talky merupakan sebuah alat komunikasi yang bentuknya mirip dengan telepon genggam, tetapi sifatnya searah. Karena searah, maka si pengirim pesan dan si penerima tidak bisa berbicara pada saat yang bersamaan. Handy Talky menggunakan gelombang radio frekuensi khusus, dan sering dipakai untuk komunikasi yang sifatnya sementara karena salurannya dapat diganti-ganti setiap saat. Handy Talky berkomunikasi dengan bantuan fasilitas radio pengulang, atau yang biasa disebut sebagai repeater, tergantung ketinggian dan kekuatan pemancar repeater, bias memfasilitasi komunikasi dari dua perangkat tersebut hingga 100 kilometer atau bahkan lebih jauh lagi.

Handy Talky pertama dikembangkan untuk digunakan militer selama Perang Dunia II, dan menyebar ke keamanan publik dan akhirnya komersial dan pekerjaan pekerjaan situs setelah perang. Khas Handy Talky mirip handset telepon, mungkin sedikit lebih besar tapi masih satu kesatuan, dengan antena mencuat dari atas. Awalnya Handy Talky memakai tabung dan baterai sel kering 45-volt atau *Nikel-Cadmium* 12V baterai. Surplus Motorola Handy Talky menjadi radio operator segera setelah Perang Dunia II. Handy Talky yang banyak digunakan dalam setiap situasi di mana komunikasi radio portabel yang

diperlukan, termasuk bisnis, keamanan publik, rekreasi di alam terbuka, dan sejenisnya. Walkie talkie berbeda dengan Handy Talky .

Walaupun keduanya mengacu prinsip yang sama mengenai radio dua arah, tetapi keduanya memiliki perbedaan. Handy Talky memerlukan izin untuk menggunakannya, sedangkan walkie talkie tidak memerlukannya. Handy Talky memiliki *range* frekuensi yang lebih besar dan bebas dibandingkan dengan walkie talkie. Dalam definisinya, Handy Talky merupakan alat komunikasi dua arah yang tidak menggunakan kabel. Pada awalnya jarak yang dapat ditempuh oleh alat ini hanya sejauh 2 mil, belakangan ini Handy Talky dapat mencakup hingga jarak 12 mil.

Sepertinya perangkat komunikasi radio Handy Talky sudah jauh ditinggalkan para penggemarnya, tidak seperti ketika telepon seluler belum seperti sekarang ini. Kalau pun ada, kebanyakan hanya pada lingkungan terbatas, seperti mereka yang bertugas di bidang keamanan dan para anggota radio amatir yang masih setia, seperti kalangan protokol yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Pada saat ini kalau bukan mereka yang berkepentingan dengan pemakaian radio *transceiver* Handy Talky , mereka tentu akan enggan untuk menenteng Handy Talky. Apalagi penampilannya sampai saat ini memang belum banyak berubah, ada yang dibuat sebesar ponsel atau bahkan lebih mini lagi, namun selalu berakibat pada pengurangan kualitas transmisinya dan akibatnya akses menjadi sulit.

Kesan penampilan sebagai bagian dari anggota keamanan sangat melekat dan Handy Talky tidak bisa disembunyikan seperti halnya sebuah ponsel. Meski demikian, ada yang merasa semakin percaya diri dengan menenteng perangkat seperti ini, sama seperti kecenderungan para eksekutif sekarang yang terkesan canggih dengan membawa ponsel PDA (*personal digital assistant*) lainnya<sup>27</sup>. Terlepas dari semua ini, radio *transceiver* (transmisi dan receiver/penerima) genggam memiliki kelebihan yang tidak dimiliki pesawat telepon biasa maupun ponsel.

Kecepatan menjangkau lawan bicara maupun reaksi penerimanya masih belum tertandingi oleh telepon. Apalagi dengan Handy Talky maupun radio komunikasi lain bisa langsung diterima oleh banyak orang sekaligus sehingga untuk tujuan berkomunikasi dengan banyak orang masih merupakan pilihan yang mampu menandingi fasilitas telekonferensi. Tetapi dengan kelebihan ini terkadang malah menjadi kendala utama dalam berkomunikasi menggunakan Handy Talky karena sifat pesannya yang terkadang masa, sehingga kerahasiaan pesan atau informasi yang disampaikan tidak dapat terjamin apalagi pengguna Handy Talky dalam penelitian ini adalah protokol yang mempunyai tugas dan fungsi yang kompleks.

Berkomunikasi antar pribadi menggunakan media seperti Handy Talky terkadang membutuhkan kerahasiaan pesan antar sesama pengguna bagi kalangan protokol. Selain itu Handy Talky kurang memungkinkan jika dipakai di acara di dalam

---

<sup>27</sup> [www.Infotipsdunia.blogspot.com./2010/07/handy-talky-cara-jadul-berkomunikasi.html](http://www.Infotipsdunia.blogspot.com./2010/07/handy-talky-cara-jadul-berkomunikasi.html),  
( Diakses Pada Tanggal 13 April 2013 )

ruangan yang memiliki *range area* yang kecil karena dikhawatirkan suara yang ditimbulkan dari audio akan mengganggu jalannya acara. Terutama menyangkut keamanan informasinya., semua pembicaraan melalui Handy Talky apalagi diketahui frekuensi *receiver*-nya akan bisa didengarkan oleh pihak lain. Bahkan, untuk frekuensi radio yang tidak diketahui, bisa dicari dengan cara men-*scan* pada daerah pita frekuensi tertentu. Selain itu juga komunikasi tidak bisa langsung menjawab atau memberikan respon kepada komunikator, karena komunikasi harus menunggu komunikator selesai berbicara begitu juga seterusnya.

Sebelum menggunakan Handy Talky para pengguna harus mengetahui tata cara dan prosedur penggunaan Handy Talky, agar tercipta keseragaman, tata cara memanggil maupun menjawab dan juga etika berbicara apabila menggunakan Handy Talky. Sopan santun dalam berkomunikasi dengan Handy Talky .

- Cara memanggil :
  1. Bila panggilan pertama tidak langsung dijawab, tunggu kurang lebih 5 detik baru panggil kembali.
  2. Pada saat seseorang memanggil dan belum ada jawaban jangan dimasuki panggilan dari stasiun lain yang seolah-olah menyerobot komunikasi orang lain.
  3. Bila sampai 4 atau 5 kali panggilan tidak menjawab, hentikan panggilan untuk memberikan kesempatan kepada stasiun yang lain berkomunikasi selanjutnya mencari informasi keberadaan stasiun yang dipanggil tersebut dengan menggunakan sarana komunikasi yang lain.

4. Bila tidak ada sarana komunikasi yang lain, pemanggilan dapat diulangi lagi.

- Cara menjawab

1. Apabila mendengar panggilan sesegera mungkin untuk dijawab.
2. Jawaban terhadap panggilan, hendaknya singkat dan sopan dengan tetap berpegang pada prosedur komunikasi.
3. Contoh menjawab panggilan - Panggilan : ALPHA-BRAVO -  
Jawaban : BRAVO-ALPHA GO A HEAD

- Cara berkomunikasi

1. Saat berbicara jarak HT kira-kira 2,5 cm dari mulut dengan posisi tegak.
2. Tekan PTT selama kira-kira 2 detik baru berbicara dan segera lepas tombol PTT setelah selesai berbicara.
3. Lakukan komunikasi dengan tertib secara bergiliran dengan memperhatikan hierarki dan atau urgensi berita.
4. Gunakan kerahasiaan, hindarkan penyebutan nama, jabatan atau senioritas dalam percakapan, gunakan *Callsign* yang telah ditentukan.
5. Berbicara dengan singkat dan jelas.
6. Pada kata-kata yang meragukan perlu diulangi/dieja sesuai dengan ejaan radio telephony. Berbicara dengan menggunakan kecepatan sedang dengan irama yang baik.
7. Biasakan menggunakan sandi percakapan yang berlaku.

## 8. Panggilan maksimal 3x.<sup>28</sup>

Handy Talky merupakan sarana berkomunikasi dalam kelompok anggota protokol, namun dapat dikatakan pula bahwa berkomunikasi menggunakan Handy Talky adalah sebagai komunikasi massa, dimana proses penyampaian pesannya melalui media tertentu, dalam penelitian ini media yang digunakan adalah Handy Talky. Namun dalam proses komunikasinya terjadi secara kelompok, artinya pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dapat diterima secara seluruh anggota protokol dan dapat memberikan umpan balik secara langsung.

### **2.6 Penggunaan Handy Talky Sebagai Sarana Komunikasi Untuk Untuk Menjalankan Tugas Protokol**

Dari uraian diatas kegiatan dan tugas protokol sangatlah penting. Handy Talky yang merupakan sebuah alat komunikasi yang menggunakan gelombang frekuensi radio sudah sejak dulou digunakan, bahkan dari zaman perang dunia ke II .Seiring perkembangannya Handy Takly pun mengalami perubahan bentuk dan penambahan beberapa perangkat pendukung lainnya. Para penggunanya pun meluas tidak hanya dikalangan militer dan keamanan saja melainkan dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkannya. Pada zaman sekarang instansi pemerintahan pun menggunakannya seperti pada kalangan protokol untuk membatu tugasnya . Misalnya saja saat berkordinasi atau berkomunikasi dengan

---

<sup>28</sup> Sena, Afen. 2010. Komunikasi Radio Telephony Menggunakan Handy Talky Di Movement Area. (Post 5 Agustus 2010) .( Diakses pada tanggal 24 Mei 2013 ).  
[http:// angkasasena.blogspot.com/2010/08/komunikasi-radio-telephony-menggunakan.html](http://angkasasena.blogspot.com/2010/08/komunikasi-radio-telephony-menggunakan.html)

sesama protokol lainnya dalam menjalankan tugas pada acara-acara tertentu dilapangan yang sifatnya resmi .

## **2.7 Kerangka Pikir**

Dalam berkomunikasi banyak jenis dan macam-macamnya, pada penelitian ini membahas tentang komunikasi menggunakan media yaitu Handy Talky dan berusaha menjelaskan tentang kedudukan dan kegunaan berkomunikasi menggunakan Handy Talky pada kalangan protokol . Protokol pada penelitian ini menjadi pihak yang aktif dalam proses komunikasi yaitu sebagai pengguna media Handy Talky , dan berperan aktif untuk memilih media artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

### **2.7.1 Landasan Teori**

Seperti pada teori *uses and gratifications* ( kegunaan dan kepuasan). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumer; dan Michael Gurevitch (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1984), *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain , yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Dalam kasus berkembang media tradisional ke media baru. Uses and gratifications sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat<sup>29</sup> Akan tetapi, uses and gratifications juga tidak lepas dari adanya kritik. Beberapa pakar menilai teori ini terlalu membesar-besarkan peran pengguna media dalam memilah media. Mereka menilai bahwa sebagian besar pengguna media adalah kelompok yang pasif dan hanya menjalani kebiasaan, dan tidak masuk akal untuk menanyakan tentang hal itu kepada orang-orang tersebut.

Selain beberapa kegunaan dan alasan untuk menggunakan media tersebut. Katz, Blumler dan Gurevitch (dalam Baran & Davis,) menjelaskan juga adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media, antara lain:

- 1) Situasi sosial dapat melahirkan tekanan dan konflik, ketika itu konsumsi media bisa jadi adalah obat untuk keluar dari tekanan tersebut.
- 2) Situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.
- 3) Situasi sosial dapat membatasi peluang untuk berinteraksi di dunia nyata, di situlah media dapat berfungsi sebagai suplemen atau bahkan menggantikan kehidupan nyata tersebut.

---

<sup>29</sup> Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K.. 2009. *Mass Communication Theory*.p.238

- 4) Situasi sosial seringkali melahirkan nilai-nilai sosial tertentu. Pemenuhan kepuasan dari nilai-nilai tersebut dapat difasilitasi oleh konsumsi media tertentu.
- 5) Situasi sosial dapat membuat pengguna semakin akrab dengan media. Kedekatan pengguna dengan media beserta isinya, dimaksudkan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam kelompok-kelompok tertentu<sup>30</sup>

Elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini (Karl dalam Bungin, 2007): (1) Kebutuhan dasar tertentu, dalam interaksinya dengan (2) berbagai kombinasi antara intra dan ekstra individu, dan juga dengan (3) struktur masyarakat, termasuk struktur media, menghasilkan (4) berbagai percampuran personal individu, dan (5) persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut, yang menghasilkan (6) berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan, yang menghasilkan (7) perbedaan pola konsumsi media dan (perbedaan pola perilaku lainnya, yang menyebabkan (9) perbedaan pola konsumsi, yang dapat memengaruhi (10) kombinasi karakteristik intra dan ekstra individu, sekaligus akan memengaruhi pula (11) struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat<sup>31</sup>.

Pada penelitian ini dalam proses pengiriman pesan melalui Handy Talky , pesan yang dikirim dengan media Handy Talky menjadi kebutuhan. Pesan yang dikirim dengan media Handy Talky pesannya dihantarkan melalui saluran gelombang

---

<sup>30</sup> Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K.. 2009. *Mass Communication Theory*.p.241-242

<sup>31</sup> Prakorsa, Adi. 2012. Teori Uses and Gratification Media . ( Dikses Pada Tanggal 15 April 2013 ). <http://adiprakosa.blogspot.com/2012/12/teori-uses-and-gratification-media.html>

sinyal. Pada teori *informasi atau matematis* yaitu salah satu teori komunikasi klasik yang sangat mempengaruhi teori-teori komunikasi selanjutnya adalah teori informasi atau teori matematis. Teori ini merupakan bentuk penjabaran dari karya Claude Shannon dan Warren Weaver (1949, Weaver. 1949 ), *Mathematical Theory of Communication*.

Teori ini melihat komunikasi sebagai fenomena mekanistik, matematis, dan informatif: komunikasi sebagai transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Ini merupakan salah satu contoh gamblang dari mazhab proses yang mana melihat kode sebagai sarana untuk mengonstruksi pesan dan menerjemahkannya (*encoding* dan *decoding*).

Teori informasi ini menitik beratkan titik perhatiannya pada sejumlah sinyal yang lewat melalui saluran atau media dalam proses komunikasi. Ini sangat berguna pada pengaplikasian sistem elektrik dewasa ini yang mendesain *transmitter*, *receiver*, dan *code* untuk memudahkan efisiensi informasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun sebuah bagan kerangka pikir sebagai berikut :

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pikir

