

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Kajian teori adalah gambaran terhadap seperangkat kumpulan konsep/konstruk, definisi dan proposisi yang terkait secara sistematis untuk menjelaskan dan memprediksi tentang fenomena/gejala.¹⁰

1. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Dalam penelitian ini, komunikasi merupakan hal dasar yang harus dikaji sebagai dasar teoritis pertama, karena pada judul ini memuat judul kasus mengenai pola komunikasi suatu komunitas atau kelompok yang merupakan bagian dari kajian ilmu komunikasi. Komunikasi termasuk ke dalam disiplin ilmu sosial dan bersifat dinamis, karena selalu mengikuti atau menyesuaikan perkembangan zaman. Oleh karena itu definisi tentang arti komunikasi sendiri berbeda-beda dari tiap ahli. Berikut dibawah ini merupakan definisi komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli atau ilmuwan.

Brent D. Ruben (1998) memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut: komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain.¹¹

Sedangkan menurut *Carl I. Hovland*, ilmu komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individualis*). Devinisi Hovland menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan

¹⁰ Dr. Juliansyah Noor, SE, MM, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 65

¹¹ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara) cet, 13. 3

pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*publik attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.¹²

b. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur komunikasi adalah bagian-bagian yang saling mendukung guna berlangsungnya suatu komunikasi yang sempurna, bila tidak terdapat unsur-unsur komunikasi, maka komunikasi tidak dapat berlangsung. Unsur komunikasi menurut Lasswell adalah.¹³

1. Pengirim/ komunikator (*sender*), adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada orang lain.
2. Pesan (*message*), adalah isi atau maksud yang akan disampaikan.
3. Saluran atau media (*channel*), ialah melalui apa pesan itu disampaikan. Dalam komunikasi antar-pribadi atau tatap muka, saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada atau suara.
4. Penerima atau komunikan (*receiver*), yaitu pihak yang menerima pesan.
5. Umpan balik (*feedback*), adalah tanggapan atau penerimaan pesan yang disampaikan.
6. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan.

c. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi untuk menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi bahkan perilaku.

1. Agar apa yang disampaikan dapat dimengerti. Sebagai komunikator, kita harus menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.

¹² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1990), cet, V. 10

¹³ Deddy Mulyana, *Op. Cit.* 11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Memahami orang lain. Komunikator harus mengerti aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Yaitu dengan melakukan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, dapat berupa kegiatan atau yang lainnya. Kegiatan yang dimaksud disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang harus diingat adalah bagaimana cara untuk melakukan.¹⁴

d. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media digolongkan menjadi empat macam, yakni:

1. Media Antarpribadi

Untuk hubungan perorangan (antarpribadi), media yang tepat digunakan ialah kurir (utusan), surat dan telepon.

2. Media Kelompok

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar dan konferensi.

3. Media Publik

Kalau khalayak sudah lebih dari 200-an orang maka media komunikasi yang digunakan biasanya disebut media public, misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan semacamnya.

4. Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.¹⁵

¹⁴ Widjaja, *Ilmu komunikasi: Pengantar Studi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 66-67.

¹⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 125-129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pola Komunikasi

Bahwasanya pola komunikasi merupakan serangkaian dua kata. Karena keduanya mempunyai keterkaitan makna sehingga mendukung dengan makna lainnya. Maka lebih jelasnya dua kata tersebut akan diuraikan tentang penjelasannya masing-masing.

Kata “pola” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), artinya bentuk atau sistem, cara atau bentuk (struktur) yang tetap, yang mana pola dapat dikatakan contoh atau cetakan.¹⁶ Sedangkan menurut Alex Sobur dalam Ensiklopedia Komunikasi menyatakan bahwa: pola adalah bentuk atau model (atau lebih abstrak, suatu set peraturan) yang bisa dipakai untuk membuat atau menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika sesuatu yang ditimbulkan cukup mempunyai suatu yang sejenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat yang mana sesuatu itu dikatakan memamerkan pola.¹⁷

Pola juga dapat dikatakan dengan model, yaitu cara untuk menunjukkan sebuah objek yang mengandung kompleksitas proses di dalamnya dan hubungan antara unsur-unsur pendukungnya.¹⁸

Jadi menurut Effendy yang dimaksud dengan pola komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.¹⁹ Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian rangkaian aktifitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *Feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan komunikasi.²⁰

¹⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), 778.

¹⁷ Alex Sobur, *Ensiklopedia Komunikasi* (Jakarta: Simbiosis Rekatama, 2006). 376.

¹⁸ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Gramedia, 2004). 9.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Temaja Rosdakarya, 1993). 30

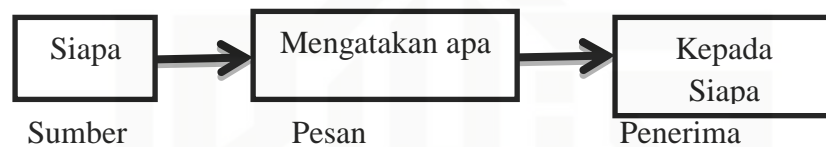
²⁰ *Ibid.*, 31.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pola Komunikasi Linear

Pola ini dinilai sebagai pola klasik atau pola dasar komunikasi yang berkembang sejak masa Aristoteles, kemudian Lasswell hingga Shannon Weaver. Aristoteles yang hidup pada saat komunikasi retorika sangat berkembang di Yunani, terutama keterampilan orang membuat pidato pembelaan dihadapan pengadilan dan rapat-rapat umum yang dihadiri rakyat.²¹



Gambar 2.1 : Pola komunikasi Aristoteles
 Sumber : Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta:Rajawali Pers, 2009), 41.

Salah satu kelemahan pola ini adalah bahwa komunikasi dianggap fenomena yang statis. Seseorang berbicara, pesannya berjalan kepada khalayak, dan khalayak mendengarkan. Tahap-tahap dalam peristiwa itu berurutan ketimbang terjadi secara simultan. Disamping itu, pola ini juga berfokus pada komunikasi yang bertujuan atau sengaja yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya.²²

b. Pola Komunikasi Interaksional

Pola komunikasi interaksional merujuk pada sebuah pola komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif. Interaksi simbolik, dengan tokoh utamanya George Herbert Mead, salah seorang muridnya, Herbert Blummer. Pola interaksional sebenarnya sangat sulit untuk digambarkan dalam pola diagramatik, karena karakternya yang kualitatif, nonsistemik, dan nonlinier. Menurut pola interaksional ini, orang-orang sebagai peserta komunikasi bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini

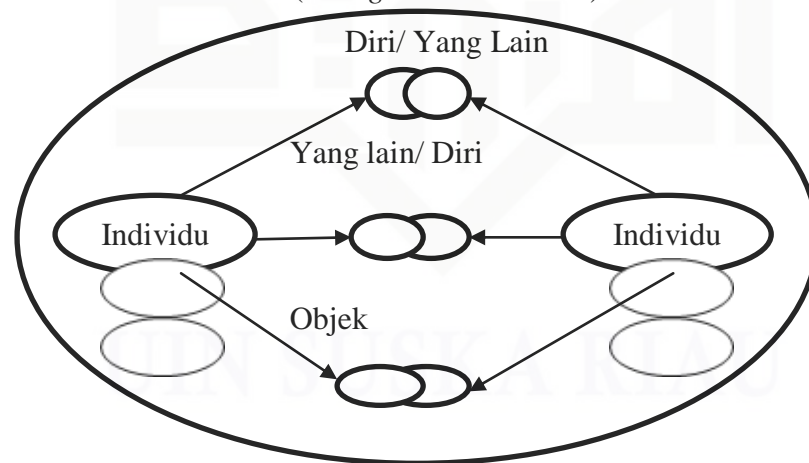
²¹ Hafied Cangara, *Op. Cit.* 41.

²² Deddy Mulyana, *Op. Cit.* 146-147.

menolak bahwa individu adalah organisme pasif (seperti dalam pola stimulus-respon atau pola-pola komunikasi lain yang berorientasi efek), yang prilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur diluar dirinya. Dalam konteks ini, Blummer mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar pola ini. Pertama, manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol nonverbal, lingkungan fisik). Kedua, makna berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya. Ketiga, makna diciptakan, dipertahankan, dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Oleh karena individu terus berubah, masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi adalah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia.

Teori Interaksionisme Simbolis

(George Herbert Mead)



Konteks Kultural

Gambar 2. 2 : Pola Komunikasi Interaksional Herbert George Mead

Sumber : Deddy Mulyana, Buku Pengantar Ilmu Komunikasi

Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat dalam bukunya yang berjudul Pikiran (*mind*), Diri (*Self*) dan

Masyarakat (*Society*). Mead mengambil tiga konsep yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah interaksi simbolik.²³ Tiga konsep itu dan hubungan diantara ketiganya merupakan inti pemikiran Mead.

1. Pikiran (*Mind*)

Pikiran yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemam'puan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan. Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya ia mempunyai apa yang disebut pikiran.

Berpikir menurut Mead adalah suatu proses dimana individu berinteraksi dengan dirinya sendiri mempergunakan simbol-simbol yang bermakna. Melalui proses interaksi itu individu memilih mana diantara stimulus yang tertuju kepadanya itu akan ditanggapinya.

Simbol juga digunakan dalam proses berpikir subyektif, terutama simbol-simbol bahasa. Hanya saja simbol itu tidak dipakai secara nyata yaitu melalui percakapan internal. Serupa dengan itu, secara tidak kelihatan individu itu pada dirinya sendiri mengenai diri atau identitas yang terkandung dalam reaksi-reaksi orang lain terhadap prilakunya. Maka konsep yang dihasilkan

²³ Elvinaro Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Revisi (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007),136.

adalah konsep diri yang mencakup kesadaran diri yang dipusatkan pada diri sendiri sebagai obyeknya.²⁴

2. Diri (*Self*)

Self atau diri menurut Mead merupakan ciri khas dari manusia diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain, atau masyarakat.

Dalam arti ini, Diri (*Self*) sebagaimana juga *mind* bukanlah suatu obyek melainkan suatu proses sadar yang mempunyai kemampuan, seperti:

1. Kemampuan untuk memberikan jawaban atau tanggapan kepada diri sendiri bagaimana orang lain juga memberikan jawaban dan tanggapan.
2. Kemampuan untuk memberikan jawaban sebagaimana “*generalized other*” (harapan-harapan orang lain) atau aturan, norma-norma, hukum memberikan jawaban kepadanya.
3. Kemampuan untuk mengambil bagian dalam percakapannya sendiri dengan orang lain.
4. Kemampuan untuk menyadari apa yang sedang dikatakannya dan kemampuan untuk menggunakan kesadaran itu untuk menentukan apa yang harus dilakukan pada tahap berikutnya.²⁵

Mead menggunakan istilah *significant gestures* (isyarat-isyarat yang bermakna) dan *significant communication* dalam menjelaskan bagaimana orang berbagi makna tentang simbol dan merefleksikannya. Jadi *the self* berkait dengan proses merefleksi diri, yang secara umum sering disebut *self control* atau *self monitoring*. Melalui refleksi diri itulah menurut Mead Individu mampu menyesuaikan dengan keadaan dimana mereka berada, sekaligus menyesuaikan dari makna dan efek tindakan yang

²⁴ Ida Bagus Wirawan, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma* (Fakta Sosial, Definisi Sosial & Prilaku Sosial), (Jakarta: Kencana, 2012), 124.

²⁵ Raho Bernard, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007), cet. 1. 102.

mereka lakukan. Dengan kata lain orang secara tak langsung menempatkan diri mereka dari sudut pandang orang lain. Dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai suatu kesatuan.

Fakta terpenting dari pembahasan Mead adalah hubungan timbal balik antara diri sebagai objek dan diri sebagai subjek. Diri sebagai objek ditunjukkan oleh konsep “*me*”, sementara ketika sebagai subjek yang bertindak ditunjukkannya dengan konsep “*I*”. Ciri utama pembeda manusia dan hewan adalah bahasa atau “simbol signifikan”. Simbol signifikan haruslah merupakan suatu makna yang dimengerti bersama, ia terdiri dari dua fase, “*me*” dan “*I*”. Dalam konteks ini “*me*” adalah sosok diri saya sebagaimana dilihat oleh orang lain. Sedangkan “*I*” yaitu bagian yang memperhatikan diri saya sendiri. Dua hal itu menurut Mead menjadi sumber orisinalitas, kreativitas dan spontanitas.²⁶

Pemahaman makna dari konsep pribadi dengan demikian mempunyai dua sisi, yakni pribadi (*self*) dan sisi sosial (*person*). Karakter diri secara sosial dipengaruhi oleh “teori” (aturan, nilai-nilai dan norma) budaya setempat seseorang berada dan dipelajari melalui interaksi dengan orang-orang dalam budaya tersebut. Konsep diri terdiri dari dimensi pertunjukan sejauh mana unsur diri berasal dari diri sendiri atau lingkungan sosial dan sejauh mana diri dapat berperan aktif. Dari perspektif ini tampaknya konsep diri tidak dapat dipahami dari diri sendiri. Dengan demikian, makna dibentuk dalam proses interaksi antar orang dan objek diri, ketika pada saat bersamaan mempengaruhi tindakan sosial. Ketika

²⁶ Ibid, 124.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seseorang menanggapi apa yang terjadi dilingkungannya, ketika itu ia sedang menggunakan sesuatu yang disebut sikap.²⁷

3. Masyarakat

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri.²⁸ Pendidikan adalah proses internalisasi kebiasaan bersama komunitas ke dalam diri aktor. Pendidikan adalah proses yang esensial karena menurut pandangan Mead aktor tidak mempunyai diri dan belum menjadi anggota komunitas sesungguhnya sehingga mereka tidak mampu menanggapi diri mereka sendiri seperti yang dilakukan komunitas yang lebih luas. Untuk berbuat demikian aktor harus menginternalisasikan sikap bersama komunitas.

Namun Mead dengan hati-hati mengemukakan bahwa pranata tak selalu menghancurkan individualitas atau melumpuhkan kreativitas. Mead mengakui adanya pranata sosial yang “menindas”, stereotip ultrakonservatif yakni yang dengan kelakuan, ketidaklenturan dan ketidak progresifannya menghancurkan atau menlenyapkan individualitas. Menurut Mead, pranata sosial seharusnya hanya menetapkan apa yang sebaiknya dilakukan individu dalam pengertian yang sangat luas dan umum saja, dan seharusnya menyediakan ruang yang cukup bagi individualitas dan kreatifitas. Disini Mead menunjukkan konsep pranata sosial yang sangat modern, baik sebagai pemaksa individu maupun sebagai yang memungkinkan mereka untuk menjadi individu yang kreatif.²⁹

²⁷ Moch Fauzan Khilmi, *Jati Diri Club Motor Honda CB Smile Surabaya, Strategi Mempertahankan dan Pandangan Masyarakat*, (Repository UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), 6.

²⁸ Ritzer George & J. Goodman Douglas, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2010) cet, 6, 287.

²⁹ Ambo Upe, *Tradisi Aliran Dalam Sosiologi dari Filosofi Positivistik ke Post positivistic*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 287-288.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Pola Komunikasi Transaksional

Pola komunikasi Barnlund adalah salah satu model komunikasi yang cukup populer. Pola ini pertama kali diperkenalkan oleh Dean C. Barnlund (1970). Ia adalah seorang ahli komunikasi yang berasal dari Amerika Serikat. Di dalam konsepnya, ia mengenalkan ada dua macam jenis pola komunikasi yakni komunikasi intrapribadi dan komunikasi antarpribadi. Kedua jenis komunikasi ini tentu saja memiliki pengertian yang berbeda.

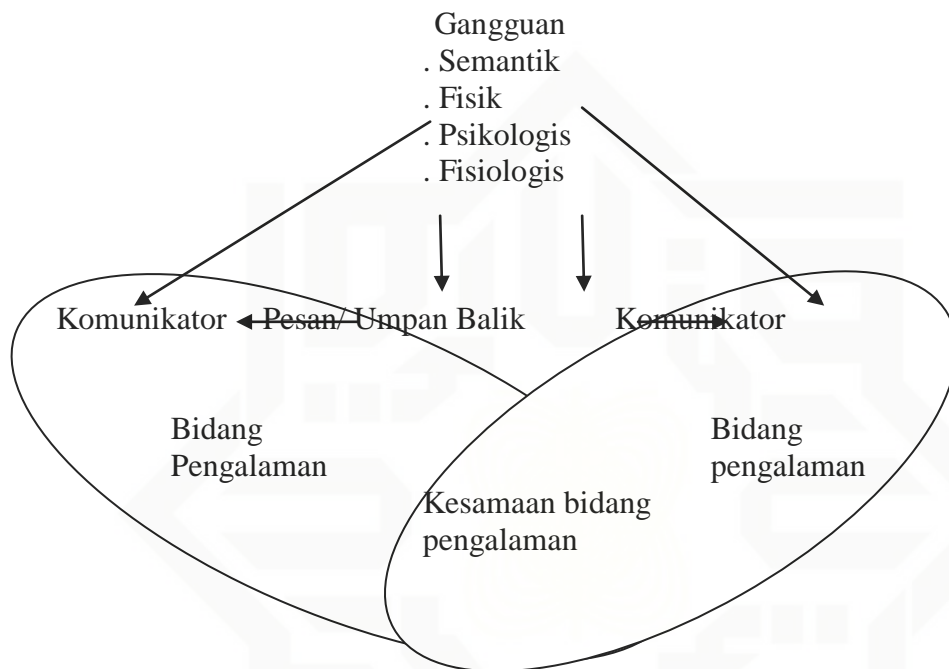
Komunikasi intrapribadi merupakan proses pengolahan dan penyusunan informasi melalui sistem syaraf yang ada di dalam otak kita, yang disebabkan oleh stimulus yang ditangkap oleh panca indra. Proses berpikir adalah bagian dari proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu. Sedangkan komunikasi antarpribadi yang dikemukakan oleh Barnlund pada dasarnya merupakan kelanjutan dari komunikasi intrapribadi. Unsur-unsur tambahan di dalam proses komunikasi antarpribadi adalah pesan dan isyarat perilaku verbal. Menurut Barnlund, komunikasi antarpribadi diartikan sebagai pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur. Komunikasi antarpribadi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut³⁰:

1. Bersifat spontan;
2. Tidak berstruktur;
3. Terjadi secara kebetulan;
4. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan;
5. Identitas keanggotaannya tidak jelas;
6. Terjadi hanya sambil lalu.

Melihat dari komunikasi Barnlund ini memiliki keterkaitan dengan pola komunikasi transaksional. Sebagaimana diketahui komunikasi transaksional adalah pengiriman dan penerimaan pesan

³⁰ Wiryanto, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2004), 32-34

yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional adalah proses kooperatif, pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektifitas komunikasi yang terjadi.



Gambar 2.3 : Pola Komunikasi Transaksional oleh Barnlund
Sumber : Pengantar Teori Komunikasi (Analisis dan Aplikasi) Richard West dan Lynn Turner

Pola transaksional menuntut kita untuk menyadari pengaruh satu pesan terhadap pesan lainnya. Satu pesan dibangun dari pesan sebelumnya, karena itu ada saling ketergantungan antara komponen masing-masing komunikasi. Perubahan disatu komponen akan mengubah yang lainnya juga. Model transaksional juga berasumsi bahwa saat kita secara terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal maupun nonverbal dari pesan tersebut. Dengan kata lain, para komunikator menegosiasikan makna.³¹

³¹ West Richard & Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi (Analisis dan Aplikasi), (Jakarta: Salemba Humanika, 2014)14-15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Komunikasi Organisasi

Stephan P. Robbins mendefinisikan organisasi adalah kesatuan (*entity*) 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 tujuan³².

a. Bentuk-bentuk komunikasi organisasi

Terdapat dua bentuk komunikasi organisasi yang dilakukan di dalam sebuah organisasi yaitu:

1. Komunikasi Internal

Menurut Lawrence D. Brennan, komunikasi internal adalah “*interchange of ideas among the structure (organization) and interchange of ideas horizontally and vertically within the firm which gets work done (operation and management).*” (pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan dan jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen).³³

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada instansi-instansi pemerintah seperti departemen, direktorat, jawatan dan pada perusahaan-perusahaan besar, disebabkan oleh luasnya ruang lingkup, komunikasi lebih banyak dilakukan oleh kepala gabungan masyarakat dari pada pimpinannya sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah sebatas pada hal-hal yang di anggap sangat penting, yang tidak bisa diwakilkan oleh orang lain,

³² Stephan P Robbins dalam Irham Fahmi: *Prilaku Organisasi: Teori, Aplikasi dan Kasus*, (Bandung: Alfabeta, 2014) cet. 2. 1-2

³³ R. Wayne Pace dan Don F. Saules dalam Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 122.

umpamanya perundingan (negotiation) yang menyangkut kebijakan organisasi.

b. Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut Koontz dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu, Liliwari mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi,³⁴ yakni:

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

c. Unsur Komunikasi Organisasi

1. komunikator organisasi, sumber atau komunikator organisasi adalah mereka-mereka yang memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot organisasi.
2. Pesan organisasi, ialah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot organisasi.
3. Saluran atau media organisasi, ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan organisasinya.
4. Sasaran atau target organisasi, adalah anggota organisasi yang diharapkan dapat memberi dukungan untuk mewujudkan tujuan.
5. Pengaruh atau efek komunikasi organisasi, adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem organisasi.

³⁴ *Ibid*, 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus³⁵. Dibawah ini akan dipaparkan dua fungsi tersebut.

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan (job description).
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: public relation, pameran, ekspo dll.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (intrenal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya kedalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi.

³⁵ *Ibid*, 26-27

- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

4. Rekrutmen

a. Pengertian Rekrutmen

Pengertian dan definisi mengenai rekrutmen, tetapi pada dasarnya mempunyai pengertian yang sama. Rekrutmen merupakan suatu proses mencari, mengadakan, menemukan dan menarik para anggota di suatu organisasi. Rekrutmen adalah proses mendapatkan sejumlah calon anggota yang kualitatif untuk jabatan atau pekerjaan tertentu dalam suatu organisasi.

Beberapa ahli mendefinisikan rekrutmen sebagai berikut:

Stoner mendefinisikan rekrutmen sebagai berikut (*the rekrutment is the development of a pool of job candidates in accordance with a human resource plan*). Artinya rekrutmen adalah proses pengumpulan calon pemegang jabatan yang sesuai dengan rencana sumber daya manusia untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan tertentu.³⁶ Menurut Dubois dan Rothwell menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses menarik sebanyak mungkin kualifikasi pelamar untuk posisi yang tersedia.³⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa rekrutmen adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk mencari pelamar sebanyak mungkin dengan kualifikasi yang ditentukan dengan kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang diperlukan organisasi guna memenuhi kebutuhan SDM yang direncanakan organisasi untuk mengisi lowongan yang kosong guna menjalankan visi dan misi yang telah dibuat organisasi untuk mencapai tujuan.

³⁶ Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 81;

³⁷ Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumber Daya Manusia Membangun Tim yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Tujuan Rekrutmen

Tujuan dari rekrutmen adalah mendapatkan calon anggota yang memungkinkan pihak manajemen (rekruter) untuk memilih atau menyeleksi calon sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh organisasi. Semakin banyak calon yang berhasil dikumpulkan maka akan semakin baik karena memungkinkan untuk mendapatkan calon terbaik akan semakin besar. Menurut Rifa'I dan Sagala yang dikutip oleh Litjan Poltak Sinambela tujuan rekrutmen adalah menerima pelamar sebanyak-banyaknya sesuai dengan kualifikasi kebutuhan organisasi dari berbagai sumber sehingga memungkinkan akan terjaring calon pegawai dengan kualitas tertinggi dari yang terbaik.³⁸ Program rekrutmen yang baik perlu melayani banyak tujuan yang bertentangan. Tujuan utama dari rekrutmen adalah menemukan pelamar-pelamar yang berkualifikasi yang akan tetap bersama organisasi dengan biaya yang sangat minim.

5. Eksistensi

Secara etimologi, *eksistensialisme* berasal dari kata eksistensi, eksistensi berasal dari bahasa inggris yaitu *existere* yang berarti muncul, ada timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yang pertama, apa yang ada. Kedua, apa yang memiliki aktulitas (ada). Dan ketiga, adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuai dengan kodrat inherennya).³⁹ Sedangkan *eksistensialisme* sendiri adalah gerakan filsafat yang menentang *esensialisme*, pusat perhatiannya adalah situasi manusia.⁴⁰

Keberadaan manusia diantara benda-benda itulah yang membuat manusia berarti. Cara berada benda berbeda-beda dengan cara berada

³⁸ Ibid, 120.

³⁹ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2005). 183

⁴⁰ Ibid, 185

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia. Dalam filsafat *eksistensialisme*, bahwa benda hanya sebatas “berada”, sedangkan manusia lebih apa yang dikatakan “berada”, bukan sebatas ada, tetapi “bereksistensi”. Hal inilah yang menunjukkan bahwa manusia sadar akan keberadaannya di dunia, dan mengalami keberadaannya berada di dunia. Artinya manusia adalah subjek, yang menyadari, yang sadar akan keberadaan dirinya. Dan barang-barang atau benda yang disadarinya adalah objek.⁴¹ Manusia mencari makna keberadaan di dunia bukan pada hakekat manusia sendiri, melainkan pada sesuatu yang berhubungan dengan dirinya.

Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri dari kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain. Sementara itu, seseorang ahli filsafat bernama *Karl Jaspers* memaknai eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Berdasarkan pemikiran tersebut, manusia dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan bahwa dirinya adalah makhluk eksistensi.⁴²

B. Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut”

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Asyrofurrijal Al Hadi dengan judul **“Pola Komunikasi Kelompok Balap Liar di Jalan Raya Suramadu Bangkalan Madura”** tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi antara bengkel satu dengan yang lain (bengkel *AR Speed* dan *Garage Speed*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif guna untuk menghasilkan data deskriptif berupa lisan/ hasil wawancara dari para pelaku balap liar. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pola komunikasi yang terjadi di Jl. Raya Suramadu

⁴¹ Ahmad Tafsir, *Filsafat Akal dan Hati Sejak Thales Sampai Capra*, (Bandung:Rosda Karya, 2006)218-219.

⁴² Oktaviani Margareta Katuuk, “Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni *VOX Angelica*”, *Acta Diurna* Vol. 5, No. 5 (2016), 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bangkalan Madura menggunakan pola komunikasi bintang komunikasi antar tingkatan jenjang hierarkinya tidak dibatasi dan setiap staf/bawahan bebas melakukan interaksi dengan berbagai pihak atau pimpinan atau sebaliknya. Pola komunikasi yang terjadi pada kelompok balap liar adalah menggunakan pola komunikasi Roda terdapat pemimpin yang jelas (pusat) yang juga merupakan satu-satunya orang yang mengirimkan dan menerima pesan dana kelompok tersebut. Eksistensi diri dalam komunikasi yang terjadi antara pihak bengkel satu dengan bengkel lain untuk mencari ketenaran/ terkenal dikalangan balap liar agar bisa diburu oleh penikmat balap liar.⁴³

2. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ardi Mahardika dengan judul **“Pola Komunikasi Komunitas Fansklub Sepak Bola Liverpool Indonesia”**. Tujuan penelitian ini untuk melihat proses pola komunikasi yang dilakukan seorang fans sepak bola dalam sebuah komunitas Liverpool Bold Indonesian Group of Reds Supporters (BIGREDS). Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis karena penelitian berusaha terlibat dengan subjek peneliti. Penelitian ini bersifat deskriptif mengingat data yang dikumpulkan berupa penjelasan dari narasumber yang dijadikan informan dan memakai metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini dengan melihat bagaimana pola komunikasi yang dilakukan dalam satu komunitas menghasilkan sebuah proses rasa kebersamaan yang tinggi hal ini tidak terlepas dari peran keluarga, teman dan media massa. Serta level komitmen dengan memakai atribut, setia mendukung Liverpool meski timnya sedang terpuruk, sehingga menyejajarkan Liverpool dengan keluarga serta pasangannya. Lalu dilanjutkan identifikasi dengan menjalankan misi komunitas, memakai atribut komunitas, menyanyikan yel-yel, hingga memakai istilah yang digunakan komunitas.⁴⁴

⁴³ Asyrofurrijal Ahmad Al Hadi 2018, *Pola Komunikasi Kelompok Balap Liar di Jalan Raya Suramadu bangkalan Madura*.

⁴⁴ Mahardika Ardi, 2016. *Pola Komunikasi Komunitas Fansklub Sepak Bola Liverpool Indonesia*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Abdillah Kamal dengan judul **“Pola Komunikasi Organisasi Forum Komunikasi Pemuda Indonesia”** tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran komunikasi organisasi dalam membentuk semangat kerja di Forum Komunikasi Pemuda Indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah explanasi kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variebel-variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variable dengan variable yang lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi terhadap semangat kerja Forum Komunikasi Pemuda Indonesia adalah adanya rasa solidaritas dan kekeluargaan sehingga menghasilkan kenyamanan dalam bekerja. Timbulnya antusiasme dalam berorganisasi sehingga meningkatkan kinerja organisasi, adanya sikap disiplin yang sangat berpengaruh terhadap prestasi organisasi serta timbulnya sikap loyal sehingga antara organisasi antara organisasi dan anggotanya timbul rasa saling memiliki.⁴⁵
4. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rosi Anindiastuti dengan judul **“Pola Komunikasi Kelompok Guna Menciptakan Kebersamaan Dikalangan Generasi Muda Budha Dharma Indonesia di Makassar”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi kelompok yang berlangsung guna menciptakan kebersamaan dikalangan generasi muda budha dharma Indonesia di Makassar dan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pola komunikasi kelompok guna menciptakan kebersamaan dikalangan generasi muda budha dharma Indonesia di Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Pola komunikasi kelompok kelompok pada GM MNSBDI yaitu menggunakan pola komunikasi seluruh jaringan, yaitu anggota dapat mempengaruhi ketua maupun sebaliknya. 2. Komunikasi yang terjadi pada generasi muda BDI ini hanya terjadi ketika mereka di vihara dan juga ketika mereka merasa lebih akrab. 3. Hambatan yang berpengaruh dalam komunikasi dan

⁴⁵ Kamal Abdillah, 2014, *Pola Komunikasi Organisasi Forum Komunikasi Pemuda Indonesia*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kedekatan antara GM MNSBI yaitu adanya perbedaan umur, hobi dan sifat dasar manusia. 4. Pada generasi muda BDI belum ada *sense of belonging*. Hal tersebut dikarenakan keadaan organisasi yang terkesan cuek setiap individu di dalamnya sehingga tidak ada kebersamaan yang terjadi. Para anggota juga kurang ada rasa memiliki terhadap organisasi ini sehingga para generasi muda BDI kurang memberikan masukan terhadap kemajuan organisasi.⁴⁶

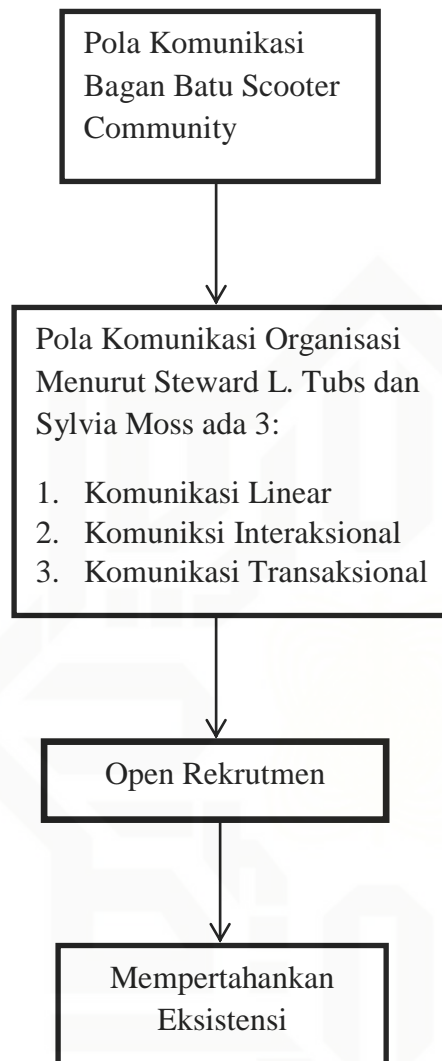
C. Kerangka Pikir

Pola komunikasi merupakan cara untuk menyederhanakan suatu yang abstrak ke yang mendekati realitas atau mendekati yang asli. Berdasarkan kajian terdahulu yang menjadi bahan bagi peneliti, maka langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti terhadap fokus permasalahan bagaimana pola komunikasi Bagan Batu Scooter Community dalam sistem open rekrutmen untuk mempertahankan eksistensinya.

Dalam melakukan komunikasi organisasi ada 3 pola dalam berkomunikasi, Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss Human Communication menguraikan 3 pola tersebut yaitu: pola komunikasi linear yaitu komunikasi satu arah yang bersifat monolog, pola komunikasi interaksional merupakan komunikasi dua arah yang bersifat dialog dimana setiap partisipan memiliki peran ganda (sebagai komunikator dan komunikan), pola komunikasi transaksional yakni segala perilaku yang terjadi antara dua orang atau lebih dianggap bersifat komunikatif.⁴⁷

⁴⁶ Anindiasuti Rosi, 2017. Pola Komunikasi Kelompok Guna Menciptakan Kebersamaan Dikalangan Generasi Muda Budha Dharma Indonesia di Makassar.

⁴⁷ Feni Ardianty, *Komunikasi Interpersonal Anggota Karang Taruna Dalam Partisipasi Pembangunan*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel 2010).



Gambar 2.4 : Kerangka pikir peneliti
Sumber : Olahan penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.