

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. Teori *Seeking Information*

David Ellis merupakan seorang yang mengemukakan teori perilaku pencarian informasi (*seeking information*). Teori ini diteliti di ruangan laboratorium dengan menerapkan kegiatan mencari buku cetak. Teori pencarian informasi ini strategi manusia dalam mencari informasi, menemukan informasi, dan menggunakan informasi. Menurut asumsi David Ellis informasi bersifat terpenting bagi kalangan masyarakat yang bertujuan menuntut ilmu pengetahuan dan mencari data memenuhi penelitian. Selain itu, manusia sangat memerlukan informasi yang memenuhi kebutuhannya, namun sebelum memperoleh informasi harus memiliki pola perilaku manusia dalam proses pencarian informasi (Purnama, 2021: 16).

David Ellis melakukan perkembangan mengenai pola pencarian informasi ini yang sangat berhubungan secara instan melalui sistem pengambilan informasi. Melalui perkembangan informasi akan meningkatkan kegiatan yang bersifat mencari informasi dan akan memberikan dampak bagi teknologi informasi. Teknologi informasi mengandung beberapa bentuk yang bersifat bergerak dan fleksibel. Teori perilaku pencarian informasi dibuat terkenal berdasarkan hasil penelitian yang terdiri dari tujuh elemen perilaku pencarian informasi. Elemen perilaku pencarian informasi seperti *ending*, *verifying*, *extracting*, *monitoring*, *differentiating*, *browsing*, *chaining*, dan *starting* (Purnama, 2021: 16–20).

Starting adalah permulaan dalam pencarian informasi dan proses menelusuri informasi berdasarkan referensi yang diperoleh. *Chaining* artinya suatu kegiatan yang mencari referensi aslinya dan menyelidiki sumbernya aslinya. *Browsing* artinya suatu kegiatan dalam menelusuri dan proses pencarian informasi yang mengarahkan sumber referensi yang dicari. *Differentiating* artinya aktivitas yang dibuat dengan cara memilih informasi yang sudah didapat dan melakukan evaluasi informasi yang bersifat akurat ataupun terpercaya (Purnama, 2021: 17-20).

Monitoring adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan melihat berkembangnya informasi yang sudah terjadi dan sering dilihat dalam media. *Extracting* artinya proses aktivitas yang dibuat seseorang dalam mencari informasi secara meluas dan teliti dari referensi yang sudah dilakukan evaluasi. *Verifying* artinya proses melakukan pengecekan dan pemilihan informasi yang ingin diperoleh. Selain itu, *ending* proses terakhir dalam mencari informasi yang dibutuhkan dan sudah terpenuhi (Purnama, 2021: 17–20).

Informasi adalah sekumpulan kata yang dibentuk menjadi data berupa fakta dan opini. Informasi ini dapat mempengaruhi pola pikir manusia menjadi lebih berwawasan dan berpengetahuan. Informasi membantu manusia dalam memenuhi kegiatannya sehari-hari. Dalam mendapatkan informasi, manusia perlu menyiapkan perilaku dalam mencari informasi karena informasi tidak dapat datang sendiri. Setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam mencari informasi dan memenuhi kebutuhan informasi (Septian et al., 2021: 234).

Pencarian informasi merupakan perilaku manusia dalam mencari informasi dalam memenuhi kegiatan sehari-hari yang akan memberikan jawaban melalui

sebuah tantangan. Informasi yang di temukan bertujuan untuk mencari kebenaran, mencari solusi dari berbagai masalah, mencari jawaban dari berbagai pertanyaan, dan mencari pengetahuan yang mudah di pahami. Dalam pencarian informasi memiliki motivasi untuk mencari informasi yang berkualitas dan memiliki rasa tanggung jawab yang kuat. Perilaku pencarian informasi di selidiki melalui interaksi antara sistem informasi dengan setiap individu (Septian et al., 2021: 234). Melalui pola pencarian informasi mempermudah individu menggali informasi yang bersifat resmi, terpercaya, fakta, dan akurat.

Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) berusaha mencari informasi mengenai lowongan kerja di kota Batam. Mencari informasi berupa lowongan kerja diterapkan komunitas setiap hari untuk memenuhi kebutuhan informasi anggota pencarian lowongan kerja. Perilaku pencari informasi komunitas ini menjalin interaksi dengan media sosial dan HRD perusahaan. Dalam pencarian informasi komunitas menyelidiki setiap informasi yang di dapat yang bertujuan mengurangi informasi yang tidak efektif atau belum resmi. Informasi yang diterima sesuai dengan perilaku pencarian informasi komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) (Septian et al., 2021: 234).

Pola pencarian informasi komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) memberikan keuntungan besar bagi penerima informasi. Setiap individu anggota komunitas memiliki persepsi masing-masing dalam mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan. Perilaku pencarian informasi akan dilihat melalui pandangan manusia yang berusaha mendalami interaksi yang terjadi pada komunitas lowongan

kerja Batam *City* (LKBC). Selain itu, pola pencarian informasi ini memunculkan perilaku individu mencari sumber referensi informasi seperti buku, website, media sosial, media cetak dan lainnya (Septian et al., 2021: 236).

2.1.2. Kajian Konseptual

Istilah komunikasi “komunikasi” adalah di translator menjadi bahasa Inggris “*Communication*”. Komunikasi ini berkembang di negara Amerika Serikat dengan sebutan menjadi jurnalisme (*journalism*). Melalui etimologi di definisikan menjadi individu yang memberikan pesan berupa informasi dengan individu lainnya yang berperan sebagai komunikan. Carl I. Hovland menjelaskan komunikasi merupakan suatu pola individu berperan sebagai pengirim pesan memberikan pesan berupa kata yang bertujuan untuk mengubah perilaku individu lainnya (pengirim pesan). Ketika informasi yang di sampaikan oleh komunikator tidak memiliki lambang yang jelas atau mudah di pahami, hal ini membuat komunikasi yang terjadi antara komunikator terhadap komunikan mengalami komunikasi yang tidak efektif (Roudhonah, 2019: 21–22).

Berikut ini karakteristik dari komunikasi adalah:

- a) Komunikasi sebagai proses artinya komunikasi adalah berbentuk perilaku dan fenomena yang sudah terjadi secara bertahap yang saling berhubungan dengan individu lainnya dengan menggunakan waktu. Proses ini berperan untuk menonjolkan komunikasi ini terjadi secara tidak statis, akan tetapi berbentuk dinamis. Komunikasi dinamis yaitu komunikasi yang terjadi secara berulang-ulang dan terjadinya perubahan dalam proses komunikasi (Roudhonah, 2019: 25) . Komunikasi sebagai proses dilakukan dengan

baik sepanjang pembicaraan menimbulkan komunikasi yang berkelanjutan secara sistematis. Ketika komunikasi tidak dilakukan dengan baik sepanjang proses komunikasi menimbulkan komunikasi tidak dapat di teruskan secara sistematis.

- b) Komunikasi yang menimbulkan unsur yang sudah di jelaskan oleh Lasswell dengan memiliki lima unsur yaitu *who, say what, which chanel, to whom with what dan effect*. *Who* artinya siapa yang terlibat yang pertama kali dalam proses komunikasi berlangsung. *Say what* artinya “menjelaskan apa” ataupun isi informasi yang di sampaikan oleh komunikator dalam bentuk non verbal ataupun verbal. In *which chanel* artinya alat yang di gunakan sebagai saluran media dalam proses komunikasi. *To whom* artinya pesan yang di sampaikan untuk siapa atau yang akan menjadi sasaran komunikasi. Selain itu, *with the effect* artiya apa efek yang akan terjadi pada saat komunikasi berlangsung (Roudhonah, 2019: 25).
- c) Komunikasi bersifat transaksional, komunikasi yang terjadi yaitu komunikasi yang memberikan perilaku memberi dan menerima informasi berupa pesan secara seimbang. Dalam proses komunikasi transaksional terjadi keterlibatan secara dua pihak apa yang harus di komunikasi. Komunikasi transaksional ini memberikan topik sebelum berkomunikasi sehingga keduanya mengalami pengalaman dalam berkomunikasi (Roudhonah, 2019: 125). Keduanya mengalami pengalaman dalam berkomunikasi ketika komunikasi ini sepakat memberikan topik komunikasi yang sama menimbulkan komunikasi (transaksi). Komunikasi transaksional memberikan transaksi kepada

komunikasikan yang menimbulkan terjadinya umpan balik.

- d) Komunikasi mengandung simbolis. Komunikasi yang mengandung simbol-simbol yang di buat sebagai bahan berkomunikasi. Simbol yang dibutuhkan dalam berkomunikasi berbentuk bahasa verbal seperti perkataan berupa kalimat dan angka. Simbol non verbal yaitu simbol yang terdiri dari gerakan kaki, tangan, wajah, berwarna, tubuh, pakaian dan lainnya. Komunikasi simbolis bertujuan untuk menimbulkan perbedaan antara manusia dengan makhluk lainnya. Komunikasi simbolis ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari karena sering dilakukan di lingkungan keluarga, kerja dan pendidikan (Roudhonah, 2019: 26).

- e) Komunikasi yang terdiri dari pelaku dan simpati

Komunikasi ini mengandung unsur partisipasi dengan memberikan dukungan, peduli, dan simpati dengan orang lain. Komunikasi partisipasi ini menimbulkan kerja sama yang kuat karena membuat tema komunikasi yang berbau keprihatinan dalam berkomunikasi (Roudhonah, 2019: 26). Komunikasi ini sering terjadi di dunia kerja, seperti HRD memberikan perhatian kuat kepada pekerja untuk memberikan motivasi dalam bekerja. Selain itu, komunikasi partisipasi ini mengubah lingkungan komunikasi menjadi lebih berwarna karena ada unsur perhatian. Unsur perhatian pada komunikasi berlangsung meningkatkan nilai moral dalam berkomunikasi. Melalui komunikasi dapat memberikan rasa simpati kepada orang lain sehingga membuat suasana menjadi lebih berwarna.

f) Komunikasi terdiri ruang dan waktu

Komunikasi yang memiliki faktor waktu dan ruang ini membuat komunikasi berlangsung secara baik. Sebelum melakukan komunikasi membutuhkan waktu dan tempat dalam berkomunikasi. Ketika kedua belah pihak sudah mengetahui waktu dan tempat akan memudahkan berkomunikasi secara tatap muka. Selain itu, komunikasi ini tidak selalu memerlukan waktu dan tempat yang sama karena ada teknologi yang canggih. Teknologi yang sering digunakan seperti telepon, email, dan media sosial (Roudhonah, 2019: 27).

Unsur-unsur komunikasi meliputi sumber (*source*), komunikator (*encoder*), pesan (*message*), komunikan (*decoder*), media (*medium*), umpan balik (*feedback*). Sumber (*source*) adalah suatu pola pikir yang ada dalam pandangan individu berupa fenomena, pengalaman, wawasan, keilmuan dan lainnya yang akan direncanakan untuk disebarkan kepada orang lain. Komunikator (*encoder*) adalah individu yang dibuat sebagai pengirim pesan ataupun yang menyampaikan pesan mengandung *encoding*. Pesan (*message*) artinya suatu pesan yang mengandung kata, kalimat, angka, simbol dan gambaran yang ingin di sebarluaskan. Komunikan (*decoder*) meliputi individu yang di buat sebagai penerima pesan dan pesan di terima setelah di *decoding*. Media (*medium*) meliputi suatu peralatan yang dibuat sebagai membantu proses komunikasi. Selain itu umpan balik (*feedback*) suatu proses terjadinya umpan balik yang terjadi antara komunikator kepada komunikan (Roudhonah, 2019: 55–57). Dalam komunikasi ada teori komunikasi teoritis yang membantu untuk berfikir secara kolektif (Rorong, 2019, p. 95).

Jenis- jenis komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Mass communication*

Komunikasi digunakan sebagai menerima dan memberi pesan. Komunikasi yang berlangsung dapat menambah wawasan dan pengalaman seseorang. Dengan adanya komunikasi ini membantu individu untuk menambah dan memberikan informasi dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu, tanpa ada komunikasi dalam kehidupan tidak akan dapat memahami informasi yang di terima dan di sebarluaskan (Roudhonah, 2019: 63).

2. *Mass education*

Komunikasi berfungsi sebagai menyebarkan pendidikan. Kegiatan komunikasi yang melakukan ini seperti di sekolah, kampus dan lingkungan kerja. Komunikasi untuk pendidikan ini membantu dalam menggali ilmu pengetahuan. Komunikasi yang terjadi seperti seorang guru menyampaikan pembelajaran kepada siswa mengenai pelajaran matematika. Ketika berlangsungnya penjelasan membuat guru memberikan keinginan untuk memudahkan siswa dalam belajar matematika. Selain itu, meningkatkan wawasan guru di dalam bidang pendidikan (Roudhonah, 2019: 63).

3. *Mass persuasion*

Komunikasi digunakan sebagai memberikan pengaruh kepada orang lain. komunikasi ini memberikan peluang besar untuk memberikan pengaruh dalam suatu lembaga yang bertujuan untuk memaksimalkan bisnis melalui program iklan yang sudah dirancang (Roudhonah, 2019: 63). Komunikasi mempengaruhi media untuk memberikan dukungan sehingga berbentuk komunikasi media

massa. Selain itu, dukungan yang terjadi dalam komunikasi meningkatkan proses berkomunikasi.

4. *Mass entertainment*

Komunikasi digunakan sebagai memberikan hiburan. Komunikasi ini sering terjadi pada orang yang mahir radio, televisi dan orang yang ahli dalam menghibur (Roudhonah, 2019: 63). Menghibur dapat memotivasi seseorang untuk semangat dalam menjalani kehidupan. Radio menimbulkan penghiburan berupa suara. Televisi menimbulkan penghiburan komunikasi berupa video dan suara. Selain itu, orang yang mahir dalam menghibur melakukan komunikasi dengan keahliannya yang menjadikan suasana gembira. Komunikasi menghibur ini akan membuat suasana menjadi menyenangkan. Ketika seseorang sedang mengalami gangguan pikiran dan berusaha mengendalikan dengan menggunakan radio.

Menurut Harold D. Lasswell terdiri beberapa fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Fungsi sosial

Fungsi sosial adalah komunikasi yang berguna untuk mengawasi lingkungan sekitar. Komunikasi berusaha mengumpulkan dalam berbagai petunjuk, mengolah, membuat produksi, dan menyebarluaskan informasi tentang fenomena-fenomena yang sudah terjadi di lingkungan luar atau lingkungan dalam terhadap masyarakat (Roudhonah, 2019: 63).

2. Fungsi korelasi

Fungsi korelasi adalah komunikasi yang berguna untuk mencapai konsensus

tentang masyarakat. Korelasi berusaha berperan dalam memberi penguraian atau interpretasi pesan atau informasi dalam fenomena yang sudah terjadi (Roudhonah, 2019: 64).

3. Fungsi pengoperan

Fungsi pengoperan adalah proses menyampaikan keturunan bersifat sosial dari penerus ke penerus lainnya yang akan dilakukan oleh manusia sehat. Fungsi memberikan petunjuk dalam usaha pendidikan dan warisan adat istiadat, norma yang berlaku, dan nilai moral dari lingkungan satu ke lingkungan lainnya. Fungsi ini akan di wariskan ke seluruh keturunannya yang tidak hilang sehingga menjadi warisan nenek moyang (Roudhonah, 2019: 65).

Pesan dalam komunikasi memberikan dampak dalam proses berkomunikasi. Persiapan pesan di tentukan keberhasilan atau tidak usaha dari komunikasi yang direncanakan individu kepada individu lainnya, berbagai kelompok, komunitas, dan organisasi. Wilbur Schramm memberikan asumsi tentang pesan seperti pesan di bentuk atau di sebarakan semenarik mungkin sehingga bagus untuk di perhatikan dalam berkomunikasi, pesan memberikan simbol-simbol yang menunjukkan pengalaman yang memiliki kemiripan antara pengirim pesan dengan penerima pesan, dan pesan mengandung memberikan dorongan untuk memenuhi kepribadian komunikan serta memberikan kritikan dalam menerima kebutuhan. Selain itu, pesan memberikan petunjuk untuk memenuhi kebutuhan dalam keadaan baik dalam kelompok ataupun individu (Roudhonah, 2019: 76).

Komunikator memiliki dua karakteristik dalam memperoleh komunikasi yang efektif pertama yaitu kepercayaan kepada komunikator, kepercayaan ini

dibuat dalam masyarakat dapat terbentuk karena komunikator dilihat dari sisi wawasan, profesi, dan pengalaman dengan ide pesan yang di sebarakan bersifat objektif. Kepercayaan komunikator memberikan pandangan pesan yang sudah di dapat oleh komunikan sudah bagus dan sesuai dengan aslinya. Pesan yang di sebarakan memberikan dampak yang luas ketika komunikator susah menjadi ahli. Keduanya, daya tarik komuniator yaitu individu pengirim pesan memberikan keahlian dalam merubah perilaku berdasarkan ketertarikan pada komunikan. Selain itu, komunikan ini sebagai seseorang yang di minati oleh orang lain sehingga penerima pesan merasa beruntung dalam melakukan interaksi (Roudhonah, 2019: 73–74).

Proses terjadinya komunikasi adalah komunikator dan komunikan membuat persamaan tujuan dan makna tertentu. Komunikasi di mulai ketika komunikan memberikan lambang yang sama dengan komunikannya. Melalui kesamaan ini menimbulkan pesan yang kuat sehingga muncul komunikasi yang baik dan efektif. Awal komunikasi di mulai dari pengalaman dan wawasan individu dengan individu lainnya. Dalam proses komunikasi membutuhkan pengalaman yang banyak dalam berkomunikasi sehingga tidak kehabisan topik pada saat berkomunikasi (Roudhonah, 2019: 57–58).

Beberapa bentuk hambatan yang sering terjadi pada komunikasi adalah:

1. Gangguan mekanik (*mechanical/ chanel noise*)

Gangguan mekanik adalah suatu gangguan yang di timbulkan penghubung komunikasi yang memiliki sifat fisik. Contoh gangguan mekanik seperti

bunyi ganda dalam pesawat radio yang di timbulkan dua pemancar yang berdekatan. Gambar yang tidak bagus pada televisi karena tidak adanya jaringan. Huruf yang tidak bagus pada tulisan di buku sehingga menjadi sobek (Roudhonah, 2019: 114).

2. Gangguan semantik (*semantic noise*)

Gangguan semantik adalah gangguan yang terjadi berkaitan pada pesan dalam proses berkomunikasi yang definisi menjadi tidak bagus. Gangguan semantik sering terjadi akrena salah pengertian berupa kata- kata. Contoh gangguan semantik seperti keledai di sebut keledai dan berlarian di sebut berlari-lari (Roudhonah, 2019: 114).

3. Kepentingan (*interest*)

Kepentingan adalah individu yang memberikan nilai selektif, kepentingan seseorang memberikan perhatian dengan dirinya terhadap teman interaksi. Contoh kepentingan seperti adanya individu yang tidak tau arah di tengah jalan, sudah lama tidak menemukan jalan pulang. Melalui kebingungannya seseorang diperhatikan sekitarnya dan memberikan penawaran arah jalan pulang dan mengantarkannya pulang. Seseorang memilih mengantarkan pulang karena ketika arah kemungkinan dia akan tersesat kembali (Roudhonah, 2019: 115).

4. Motivasi (*motivation*)

Motivasi akan mendukung individu untuk bertindak yang sesuai kebutuhannya yang memiliki kekurangan dan kelebihan. Contohnya, seseorang karyawan memberikan tanggapan komunikasi yang sebenarnya tidak tertarik dengan komunikasi karena berkeinginan untuk naik jabatan. Selain itu, berusaha

untuk memberikan kesenangan terhadap atasannya (Roudhonah, 2019:115).

5. Prasangka (*prejudice*) Prasangka yaitu gangguan yang terbesar bagi aktivitas dalam berkomunikasi karena seseorang memiliki curigaan sebelum memulai berkomunikasi dan dapat menentang komunikasi. Prasangka sering terjadi pada kegiatan politik, berkelompok, ras, agama dan lainnya. Contoh dari prasangka seseorang terlibat pidana sehingga perlu diawasi berbagai pihak (Roudhonah, 2019: 116).

2.1.2.1. Tradisi sosiokultural

Paradigma sosiokultural merupakan suatu proses menjalin pendekatan dengan komunikasi dengan membentuk perbedaan, mengandung perintah sosial budaya dan membagikan objek dari masalah komunikasi. Sosiokultural terdiri dari dua kata “interaksi” dan “budaya”. Melalui tradisi sosiokultural dapat memberikan pengenalan tentang diri sendiri sehingga dapat berdampak terhadap lingkungannya. Selain itu, dapat menerima budaya dengan memikirkan makna yang berbeda (Eko, 2019: 239, 245).

Teori dalam sosiokultural terdiri dari berbagai ide-ide yang pertama, menjelaskan pemikiran manusia, arti, norma, perintah dalam berkomunikasi. Kedua, tradisi sosiokultural menjelaskan manusia hidup menjalankan gagasan melalui realitas tidaklah perangkat objektif dari berbagai perintah namun, diluar lingkungan dibentuk hubungan seperti grup, komunitas dan budaya. Ketiga, tradisi ini berbentuk pola komunikasi individu sehingga membentuk persepsi budaya, makna dan masyarakat. Keempat, tradisi sosiokultural menceritakan komunikasi yang ada dalam permasalahan yang terbaru (Eko, 2019: 240).

Dalam sosiokultural terdiri dari beberapa teori yang mengandung asumsi-asumsi sebagai berikut:

1. Terma bahasa.

Terma bahasa adalah suatu komunikasi yang dikategorikan sebagai teori peristiwa kebahasaan. Bahasa ini akan berperan sebagai struktur (*social order*). Namun, bahasa juga dapat mendorong struktur itu sendiri (*creating social order*). Melalui struktur bahasa akan menimbulkan reproduksi sosial berbentuk order yang bertujuan memberikan kehidupan terhadap peraturan melalui modalitas sehingga saling berinteraksi (Eko, 2019: 243).

2. Cultural atau budaya

Cultural atau budaya adalah suatu teori yang berjenis teori interaksi simbolik yang membuat terma sentral dapat mendeskripsikan proses dinamika sosial pada komunikasi. Komunikasi akan dikategorikan pada teori peristiwa kebudayaan. Keesing menjelaskan terma adalah teori permainan yang akan dimainkan dalam lingkungan sekitar. Namun, Gudykunst dan Kim menjelaskan budaya akan menginformasikan sikap manusia dan budaya menghubungkan komunikasi atas kesepakatan yang sudah ditentukan secara bersama (Eko, 2019: 244).

3. Simbol-simbol

Simbol-simbol adalah seluruh tindakan yang difungsikan untuk mempersentasikan tindakan lain dan sudah disepakati pemiliknya dalam bentuk organisasi. Terma komunikasi diteorikan untuk kegiatan simbolik

yang akan memberikan keterlibatan atas menggunakan dan berusaha melalui interaksi manusia (Eko, 2019: 244).

4. Society

Society adalah suatu masyarakat dalam tradisi menggambarkan secara umum akan dilihat untuk proses interaksi secara simbolis. Namun, lingkungan sekitar akan berpusat pada kelompok terbesar akan menjalin hubungan melalui simbol atau lambang. Komunitas interpretatif akan menimbulkan pertukaran simbol dan memberikan makna pada reproduksi sosial dalam kejadian (Eko, 2019: 244).

5. Terma identitas

Terma identitas adalah suatu komunikasi yang akan dikategorikan pada teori yang memberikan refleksi atau dampak dari suatu identitas. Komunikasi akan membentuk identitas tersendiri. Yep menjelaskan identitas adalah suatu konsep individu mengenal dirinya dalam peristiwa sosial, geografis, kultural dan politik. Selain itu, identitas akan memberikan nilai atas dirinya sendiri (Eko, 2019: 244).

Paradigma komunikasi penelitian ini menggunakan paradigma komunikasi sosiokultural. Melalui paradigma komunikasi sosiokultural ini dapat membantu komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) melakukan pendekatan dengan seluruh anggota komunitasnya. Pendekatan yang diterapkan komunitas melakukan komunikasi interpersonal secara tatap muka dan media sosial telegram. Dalam komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) mengandung komunikasi sosial budaya sehingga dapat berinteraksi melalui peraturan yang sudah ditentukan

ketua komunitas (Eko, 2019: 239, 245).

Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) memberikan struktur pesan dan informasi kepada pencarian lowongan kerja di Kota Batam untuk memenuhi kebutuhannya. Tradisi sosiokultural ini akan mendeskripsikan komunitas untuk memikirkan permasalahan yang sering terjadi dalam grup lowongan kerja Batam *City* (LKBC). Namun, tradisi ini akan membentuk pola komunikasi individu, komunitas, anggota dalam mencari informasi lowongan kerja. Selain itu, sosiokultural akan meningkatkan dalam mengatasi fenomena yang sering terjadi atau fenome yang terbaru dalam seputar pencarian lowongan kerja yang dilakukan komunitas lowngan kerja Batam *City* (LKBC) (Eko, 2019: 240).

Bahasa yang sering dilakukan komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) menggunakan bahasa indonesia. Bahasa ini akan membantu komunitas dalam berkomunikasi dengan lainnya. Namun, komunitas juga memberikan komunikasinya untuk membudayakan membaca informasi lowongan kerja dengan teliti dan cermat sebelum disebarluaskan kepada anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam (Eko, 2019: 243. 244). Selain itu, dalam proses penguan bahasa memerlukan struktur pesan dan informasi dan pesan akan memunculkan simbol-simbol dalam pemikiran setiap individu komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC).

2.1.2.2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya diterapkan secara tatap muka. Proses interaksi ini dilakukan secara langsung menggunakan komunikasi verbal dan non verbal

(Dewi, 2013: 14). Melalui komunikasi interpersonal dapat menambah relasi dengan orang lain sehingga mempermudah dalam mencari informasi. Selain itu, komunikasi interpersonal ini dapat membantu kegiatan sehari-hari dalam menjalin hubungan dengan sesamanya.

Komunikasi interpersonal termasuk dalam komunikasi antar pribadi yang terdiri dari dua orang yang memiliki sifat, nilai, pola pikir dan etika yang berbeda. Namun, komunikasi komunikasi interpersonal ini menjalin hubungan untuk memberi dan menerima (Pontoh, 2013: 2). Komunikasi interpersonal terlibat dalam kegiatan terjadinya umpan balik, relasi, dan pertukaran pendapat yang terjadi dari dua orang atau tiga orang. Komunikasi ini sering terjadi pada keluarga, pertemananan, dan teman satu kerja. Melalui komunikasi dapat membantu proses interaksi manusia dalam dalam memenuhi kebutuhannya dalam beraktivitas dalam memenuhi kebutuhannya dalam beraktivitas.

Karakteristik komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

- a). Komunikasi interpersonal memiliki sifat dialogis

Komunikasi interpersonal sifat dialogis adalah komunikasi yang terdiri dari pengirim pesan dan penerima pesan dimana proses komunikasinya secara spontan atau secara tatap muka. Melalui proses interaksi ini pengirim pesan dapat merasakan respon penerima pesan secara langsung sehingga penerima pesan juga dapat memberikan tanggapan bersifat positif dan negatif. Selain itu, penerima pesan diperbolehkan untuk memberikan pendapat sebanyaknya untuk meningkatkan proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan (Hidayad, 2012: 44).

- b). Komunikasi interpersonal memiliki jumlah anggota yang terbatas. Komunikasi interpersonal terdiri dari dua orang atau 3 orang dalam proses komunikasi. Jumlah komunikasi ini sangat terbatas yang bertujuan untuk memotivasi seluruh peserta komunikasi sehingga memiliki hubungan yang erat dan dapat mengenal pribadi masing-masing dengan lawan komunikasinya (Hidayad, 2012: 45).
- c). Komunikasi interpersonal terjadi secara langsung. Komunikasi interpersonal terjadi secara langsung tanpa adanya unsur direncanakan. Selain itu, komunikasi interpersonal ini terjadi secara tiba-tiba dan proses interaksinya dilakukan secara bergiliran atau bergerak sehingga proses komunikasinya memiliki susunan secara sistematis (Hidayad, 2012: 45).
- d). Komunikasi interpersonal menggunakan alat media dan nirmedia. Komunikasi interpersonal terjadi secara tatap muka dan spontan, hal ini membutuhkan hubungan kontak secara fisik sehingga membutuhkan alat media yang berperan sebagai saluran komunikasi. Media yang digunakan pada saat proses komunikasi interpersonal yaitu telepon, internet, media sosial dan lainnya. Namun, proses komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti komunikasi yang terjadi pada hubungan sepasang istri tidak membutuhkan media atau sering disebut dengan nirmedia (Hidayad, 2012: 45).
- e). Komunikasi interpersonal memiliki sifat yang terbuka. Dalam proses komunikasi interpersonal memiliki sifat keterbukaan ini

membuat hubungan pribadi menjadi lebih efektif. Keterbukaan diri memiliki makna seseorang memberikan kepada lawan bicaranya tentang kepribadiannya sehingga ada rasa terbuka antara komunikator dengan komunikan (Hidayad, 2012: 46).

- f). Komunikasi interpersonal memiliki sifat empati

Komunikasi bersifat empati adalah suatu komunikasi yang meluapkan rasa peduli kepada lawan bicaranya. Proses komunikasi yang terjadi antara dapat merasakan apa yang dibicarakan pada saat komunikasi berlangsung (Hidayad, 2012: 46).

- g). Komunikasi interpersonal memiliki sifat mendukung

Bersifat mendukung adalah komunikasi yang berupaya mendukung komunikator yang bertujuan memotivasi komunikan terpengaruh ikut mendukung. Dukungan merupakan memberikan motivasi lawan bicaranya ketika ada masalah yang membuat suasana komunikasi menjadi lebih efektif dan bertahan lama (Hidayad, 2012: 47).

- h). Komunikasi interpersonal memiliki sifat positif

komunikasi interpersonal bersifat positif adalah kemampuan seseorang untuk menilai satu sama lain dengan berfikiran positif seperti, menilai orang itu berharga, peduli dengan orang lain, mampu memecahkan masalah, dan memberi pujian dengan kerelaan hati tanpa ada unsur kebohongan (Hidayad, 2012: 48).

- f). Komunikasi interpersonal memiliki sifat seimbang atau memiliki kesamaan. Komunikasinya memiliki kesamaan dengan yang lain tanpa memandang

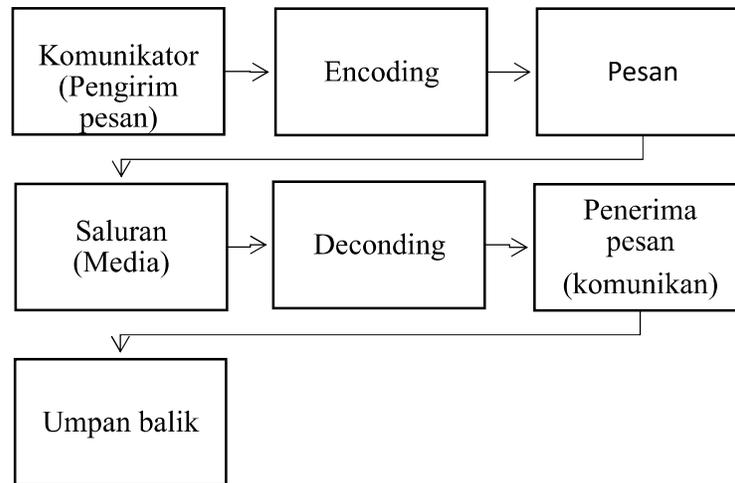
latar belakang dari komunikannya. Setiap individu komunikator dan komunikan tidak melakukan dalam dirinya itu dari penampilan atau jabatan sehingga melakukan komunikasi secara demokratis dan setara (Hidayad, 2012: 49).

2.1.2.3. Tujuan Komunikasi Interpersoal

Tujuan komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

1. Mengenal pribadi diri sendiri dan orang lain
Mengenal pribadi diri sendiri dan orang lain. Melalui seseorang mengobrol dirinya dengan orang lain dapat menambah pengenalan akan dirinya sendiri berupa karakter dan kepribadiannya. Selain itu, dapat mengenal kepribadian orang lain mengenai sikap dan perilakunya (Ngalimun, 2017: 68).
2. Mengenal dunia luar
Komunikasi interpersonal membuat setiap individu mengenal lingkungan sekitarnya atau fenomena yang ada dilingkungannya (Ngalimun, 2017: 69).
3. Menerapkan dan menjaga hubungan menjadi memiliki arti
Manusia adalah suatu makhluk sosial yang berupaya menjaga dan menciptakan hubungannya dengan penuh makna melalui menjalin hubungan yang karib dengan orang lain (Ngalimun, 2017: 69). Manusia berusaha mencari topik dan ide untuk berinteraksi dengan sesamanya untuk memperluas pengetahuan dan pola pikir dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.2.4. Proses Komunikasi Interpersonal



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Interpersonal

a. Pengirim pesan.

Setiap individu berperan sebagai pengirim pesan yang bertujuan mentransfer dan mengirim pesan dengan penerima pesan (komunikant) (Roudhonah, 2019: 136).

b. Encoding

Dalam proses komunikasi interpersonal, pengirim pesan memiliki peran sebagai menerima arti dan makna yang terlibat dalam komunikasi antar pribadi. Encoding ini bersifat memberikan lambang sebelum dibuat kata-kata atau sebelum menjadi pesan (Roudhonah, 2019: 137).

c. Pesan

Pesan dalam komunikasi interpersonal terdiri dari kalimat dan tulisan (berdimensi verbal) dan gerakan dan lambang (berdimensi

non verbal). Selain itu penggabungan non verbal dan verbal (Roudhonah, 2019: 137).

d. Saluran (media)

Suatu peralatan yang menyatukan komunikator dengan komunikan dalam proses berkomunikasi. Selain itu, media ini sering dilakukan ketika tidak bertatap muka atau secara langsung (Roudhonah, 2019: 137).

e. Decoding

Decoding adalah suatu perilaku seseorang mengekspresikan dan mencoba memahami informasi yang disampaikan komunikator atau yang diterima komunikan (Roudhonah, 2019: 137).

f. Penerima pesan (komunikan)

Seseorang yang berperan sebagai penerima pesan atau yang memahami pesan yang disampaikan komunikator (Roudhonah, 2019: 136).

g. Umpan balik

Proses yang terjadi antara pengirim pesan dengan penerima pesan secara bergantian sepanjang proses komunikasi berlangsung yang bertujuan menanggapi pesan (umpan balik) secara verbal ataupun non verbal (Roudhonah, 2019: 137). Melalui umpan balik dapat meneruskan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan lawan bicaranya. Namun, ketika komunikator memberikan pesan hendaknya sikomunikan memberikan tanggapan yang terbuka.

2.1.2.5. Keefektifan komunikasi interpersonal

Menurut J.S.Bois terdiri beberapa syarat untuk berkomunikasi secara efektif adalah sebagai berikut:

1. Menerima orang lain apa adanya walaupun diri anda, tidak dan suka dengan memperhitungkan mengenai perubahan nilai, fungsi, pandangan dan hati nurani (Roudhonah, 2019: 144).
2. Mengharapkan dan mengundang orang lain untuk mengikuti rasa ekspresinya mengenai fungsi, nilai, rasa ragu, kefokuskan pada situasi dan memotivasi dirinya untuk ada rasa simpatikm dari awal hingga akhir berkarya dalam menilai (Roudhonah, 2019: 145).
3. Memberikan ekspresi mengenai reaksi simpatik. Suatu cara mencoba seluruh reaksi dari tubuh, pola pikir, emosional, dan intelektual dalam diri sendiri yang bertujuan mengubah sikap dan perilakunya (Roudhonah, 2019: 145).
4. Menjaga perasaan individu masing-masing. Membuat suasana komunikasi menjadi pertukaran pesan melalui proses sekunder yang berupa menjalin pertemanan dan tata keramah (Roudhonah, 2019: 145).
5. Menghindari menilai secara kritis karena segi penilaian orang lain dengan kepribadian berbeda-beda. Menurut dirinya sudah benar sedangkan orang lain tidak (Roudhonah, 2019: 145).

2.1.2.6. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Informasi berasal dari bahasa Inggris “*information*” maknanya “keterangan”. Informasi melingkupi beberapa bentuk komponen individu dan kelompok. A Muis menjelaskan informasi yaitu pesan yang di sebarluaskan melalui komunikasi massa dan secara langsung di pikirkan oleh penerima pesan atau informasi. Informasi di sesuaikan dengan aktivitas dalam menerima dan mencari informasi yang di inginkan penerima pesan. Informasi yang di terima akan di lihat dari pengalaman dan kejadian yang di alami seseorang. Informasi sangat di butuhkan dalam kehidupan sehari-hari (Roudhonah, 2019: 101).

Menurut Sasa Djuara memberikan asumsi mengenai informasi terdiri dari beberapa jenis informasi yaitu:

1. Informasi menggunakan makna untuk menampilkan fakta dan data melalui komunikasi secara tatap muka atau langsung. Informasi ini di temukan pada seseorang menonton TV, membaca majalah, membaca koran dan membaca buku pembelajaran. Melalui ini mendapatkan informasi secara langsung yang sudah di pastikan kebenarannya karena memiliki sumber masing-masing. Seseorang berusaha mengumpulkan data dan fakta untuk memenuhi informasi dengan jumlah yang besar (Roudhonah, 2019: 103).
2. Informasi menggunakan arti dari data
Pemikiran dari ini menjelaskan informasi memiliki definisi bahwa informasi memiliki arti dan makna yang di bentuk dalam bentuk kata dan data. Informasi ini berhubungan dengan makna data yang sudah di pilih-pilih yang akan di jadikan sebagai kebutuhan (Roudhonah, 2019: 103).

3. Informasi yang di gunakan sebagai ketidakpastian yang dapat di jangkau dan melakukan reduksi tentang informasi yang belum pasti sebelum di gunakan (Roudhonah, 2019: 103–104).

Informasi banyak di gunakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya, pertama kegiatan politik, artinya pada kegiatan politik peserta meminta peserta memilih partai yang bertujuan mendukung sistem partai politik. Kedua, informasi sebagai aktivitas pemerintah, pemerintah memberikan petunjuk dengan berbagai macam untuk merencanakan, merumuskan kebijakan, aturan tentang undang-undang dan kegiatan pekerjaan. Ketiga, informasi dalam kegiatan sosial di masyarakat artinya di lingkungan masyarakat membutuhkan informasi untuk memantau informasi di bidang kesehatan, edukasi, dan ekonomi. Keempat, informasi aktivitas usaha artinya informasi dapat meningkatkan usaha seseorang menjadi berkembang pesat dalam menggali saham dan pembeli tertarik dalam usahanya sendiri (Roudhonah, 2019: 106–107).

Dalam setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda yang bertujuan menjalani kehidupan sehari-hari. Biasanya setiap individu memenuhi kebutuhannya dibidang pendidikan, pekerjaan, dan dibidang mencari lokasi tertentu (Septian et al., 2021: 234). Namun, didalam fenomena komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC) dapat memenuhi kebutuhan pencari kerja. Setiap individu komunitas mencari informasi dalam mencari lowongan kerja di Kota Batam.

Kebutuhan informasi biasanya ditemukan saat tidak terduga. Setiap individu mendapatkan informasi sesuai yang dipikirkan sehingga memiliki

keinginan untuk memperoleh informasi. (Septian et al., 2021: 235). Dalam kehidupan yang dihadapinya kita berfikir untuk mencari jalan keluar dari masalah yang terjadi. Melalui ini memunculkan setiap individu mendapatkan informasi yang ada dalam fikiran seseorang sehingga membantu individu memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

2.1.2.7. Media Informasi

Smaldino , Lowther dan Russell menjelaskan bahwa media informasi memiliki desain yang bersifat medium artinya sebagai media penghubung dan alat dalam berkomunikasi . Dalam bahasa latin. Bermakna antara” yang memberikan pandangan tentang alat apa yang memberikan informasi dari komunikator kepada komunikan. Bentuk- bentuk media informasi berupa tulisan, suara, video, gambar dan manipulasi barang dan manusia. Olson menjelaskan media adalah alat canggih yang bertujuan memberikan sajian, menyalin, memotong, dan memproduksi lambang melalui indra berkualitas dan di lengkapi susunan informasi. Media informasi adalah suatu aneka penghubung dan alat penyampaian informasi antara pengirim informasi dengan penerima informasi (Apriliani et al., 2019: 60). Media informasi di gunakan sebagai sarana mencari informasi yang akan memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Berikut ini beberapa bentuk media informasi yaitu:

- a) Media sosial merupakan suatu media informasi dan didistribusikan berbentuk interaksi sosial. Namun, media sosial dapat membagikan dan mencari informasi kepada orang lain (Ainiyah, 2018: 234). Media sosial terdiri dari facebook, whatsApp, instagram, telegram, line, tiktok, twitter, dan lainnya.

Media sosial hanya menggunakan jaringan sosial yang akan menghubungkan komunikasi antara komunikator dengan komunikan.

b) Media internet

Media internet adalah suatu media yang membantu dunia pendidikan dalam perkembangan pembelajaran yang kurang memadai dunia. Melalui media internet dapat meningkatkan pembelajaran menjadi lebih efektif dan pola pikir menjadi lebih luas. Media internet memiliki tujuan seperti memberikan pengetahuan, memberikan pola pikir, memberikan gambaran atau referensi di bidang pendidikan ataupun pekerjaan (Tobing, 2019: 69–70).

c) Media cetak

Media cetak merupakan media dalam bentuk media massa yang berbentuk cetakan seperti koran yang berupa tulisan ataupun kata-kata. Media cetak ini sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada manusia. Sarana ini berbentuk majalah, koran, tabloid dan lainnya (A. Zaini, 2014: 63). Media cetak banyak di gunakan khalayak (umum) sebagai media informasi yang membantu proses berlangsung komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Media cetak juga sering di sebut surat kabar yang bertujuan memberikan informasi tentang pendidikan, ekonomi, pemerintahan, sosial, dan politik ke berbagai kalangan masyarakat.

Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) memilih media informasi adalah media sosial. Media sosial yang di gunakan seluruh komunitas seperti facebook, instagram, telegram, dan linkert. Media sosial ini membantu komunitas dalam mencari informasi dan menyebarkan informasi kepada informasi kepada

anggotanya. Setiap hari komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) mencari informasi tentang pekerjaan yang akan memenuhi kebutuhan anggota pencarian lowongan pekerjaan di Kota Batam. Komunitas ini melakukan komunikasi melalui media sosial telegram. Media ini bertujuan untuk berdiskusi mengenai informasi lowongan yang di dapatkan.

Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) berinteraksi di telegram dengan anggota komunitasnya. Di telegram komunitas ini dapat memilih informasi yang bagus dan layak untuk di sebarluaskan kepada anggota pencarian lowongan kerja. Setiap anggota atau individu dari komunitas LKBC dapat memberikan pikiran, pengetahuan dan pendapat mengenai lowongan yang di terima ataupun dicari. Media sosial telegram ini memotivasi anggota komunitas dalam memberikan pandangan tentang informasi yang di sebarluaskan oleh perusahaan dan platform.

Media informasi telegram mempermudah komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) dalam pencarian informasi dan penyebaran informasi. Melalui media ini dapat memenuhi kebutuhan komunitas dan anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam. Telegram menampung file yang banyak sehingga tidak mempersulit dalam menampung informasi. selain itu media sosial ini memiliki sifat privasi yang akan membantu setiap individu dalam menyebarluaskan informasi.

2.2. Penelitian Terdahulu

- 1. David Septian, Albertus Prakmukti Narendra dan Anton Hermanwan , 2021. Pola pencarian informasi Mahasiswa Studi perpustakaan dan sains informasi UKSW menggunakan teori Ellis. Jurnal kajian informasi dan perpustakaan. Volume 9 No 2. ISSN 2303-2667.**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Proses mencari informasi tentang pola pencarian informasi peneliti memilih 46 orang

responden Mahasiswa program studi Perpustakaan dan Sains Informasi. Hasil penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan realibilitas. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pola pencarian informasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi melalui teori Ellis. Teori Ellis akan melakukan analisis mengenai pola pencarian informasi untuk kebutuhan perkuliahan Mahasiswa studi perpustakaan dan sains informasi UKSW. Hasil uji reabilitas yaitu nilai *starting* berkisar 0,864, *chaining* 0,822, *browsing* 0,692, *differenting* 0,849, *monitoring* 0,895 dan *extracting* 0,806. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan nilai reabilitas berkisar sekitar cronbach's alpha lebih besar dari 0,6.

2. **Laura Anggreini Dhayuningrum, Prijana, dan Andriyanto, 2017. Hubungan informasi line today dengan pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa. Jurnal perpustakaan dan informasi. Volume 2 No 2. ISSN 2528.**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korensional. Hasil penelitian ini menggunakan pengujian statistik. Hasil penelitian menggunakan rumus penelitian yang digunakan peneliti Pearson Product Moment dengan derajat kepercayaan 90%. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,486 yang menunjukkan keeratan hubungan informasi di Line Today dalam pemenuhan kebutuhan informasi kognitif mahasiswa. Hubungan yang cukup berarti (moderate correlation) dan mendapatkan thitung 6,79 lebih besar dari tabel 1,28 . Nilai signifikan atau H0 ditolak dan H1 diterima. Donohew dan Tipton (1973) menjelaskan pencarian informasi diawali dengan adanya sebuah stimuli, jika stimuli itu diterima maka terjadi pemenuhan kebutuhan informasi.

3. **Parulian Sitompul, Dede Mahmudah, Marudur Pandapotan Damanik, 2021. Pemanfaatan media sosial kebutuhan informasi ketenagakerjaan di kalangan angkatan kerja muda pada masa pandemi covid-19. Jurnal**

Jurnal studi komunikasi dan media. Volume 5 no 2. ISSN 1978-5003.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik sampling non-probability. Hasil penelitian ini menteri komunikasi dan informatika membuat penelitian mengenai program pelatihan perkembangan kompetensi. Penelitian ini menggunakan uji reabilitas untuk memperoleh informasi pemanfaatan media sosial dalam kebutuhan informasi ketenagakerjaan dikalangan angkatan kerja muda pada masa pandemi covid-19. Hasil pengujian penelitian ini melalui pengukuran Cronbach's Alpha. Dari pengukuran ini untuk nilai cronbach's alpha lebih dari 0,90. Berdasarkan penilaian ini dapat dinyatakan nilai instrumen bersifat reabilitas terbaik.

4. Curtis Martin dan Bertrum H. MacDonal dan Ocean Froentier Institute, 2020. Using interpersonal communication startegis to encourage science conversations on social media. Journal pone.

Hasil penelitian ini membahas mengenai hubungan media dengan penggunaannya. Pengirim pesan dapat memotivasi setiap individu untuk memulai komunikasi. Komunikasi yang dilakukan komunikasi interpersonal. Pengguna media sosial berusaha mengunggah foto dan video sehingga publik dapat memberikan tanggapan dari hasil postingan pengirim pesan. Hasil tanggapan akan disampaikan kepada komunikator, dan membangun relasi secara langsung. Strategi komunikasi ini akan meningkatkan kepercayaan setiap individu dan akan berdampak menjadi komunikasi yang efektif.

5. Sarah Nikkah, Angela P.Murillo, Alyson Leigh Young, Andrew D Miller, 2020. Coming to Amerika: Iranias' use of telegram for immigration information seeking. Journal information management

Hasil penelitian ini membahas tentang pola pencarian informasi pada

ilmu perpustakaan melalui media yang memiliki jaringan. Teori dalam penelitian mengguna teori Ellis ataupun teori perilaku pencarian informasi. Pola pencarian informasi dilakukan melalui enam perilaku pada teori Ellis. Teori Ellis ini meliputi starting, chaining, browsing, diferensiasi, pemantauan dan extracting. Selain itu, peneliti melakukan penelitian melalui panduan dalam proses pencarian informasi.

6 Doris Hooi ten Wonga, Chen Siang Phangb, Nurazen Maarop A, Ganthan Narayana, Roslina Ibrahima, Rasimah Che Mohd Yusoff A, Pritheega Magalingama, Nurulhuda Firdaus Mohd Azmia, 2017. Effect of social media on Human interpersonal communication : A review Journal information. Volume 5 No 2.

Dalam memperoleh data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian melalui pengisian koesioner untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal dalam media sosial. Penelitian mengidentifikasi orang yang dijadikan responden melalui membuat berbagai pertanyaan. Hasil data yang diperoleh dari pertanyaan koesioner , penelitian ini media sosial memiliki dampak baik dan buruk.

7. Elvie Maria, 2019. The influence of Organizational culture, compensation and interpersonal communication in employee perfomance through work motivation as mediation. Journal licensed under a Creative Commons Attribution.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel melalui total sampling dengan jumlah 92 orang. Data informasi penelitian didapatkan melalui koesioner. Hasil penelitian ini mencari data komunikasi interpersonal, motivasi dalam bekerja, dan tradisi dalam sebuah organisasi. Selain itu, penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS yang bertujuan untuk mencari tahu pengaruh independen .

8. Dr. Amit Kumar Singh dan Lalropuii, 2014. Role of Interpersonal Communication in Organizational Effectiveness. International Journal of Research in Management & Business Studies. Volume 1.

Hasil penelitian ini komunikasi yaitu suatu proses menyampaikan informasi yang bertujuan untuk mengetahui pola pikir sesama manusia. Bidang organisasi tidak dapat dipisahkan suatu negara dan perindustrian, melalui bidang ini membantu organisasi untuk berkomunikasi menjadi efektif dan mencapai hasil menjadi lebih baik. Dalam meningkatkan bisnis pola komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal ini berusaha membantu organisasi mencapai tujuannya. Komunikasi interpersonal mendukung karyawan menimbulkan perubahan menjadi keuntungan dan kerugian dalam sebuah organisasi. Komunikasi interpersonal memiliki pola komunikasi yang efektif. Pola ini mendukung karyawan dalam menjaga nilai-nilai untuk menghormati organisasi. Nilai kehormatan dapat memenuhi kebutuhan dan menerapkan pembelaan untuk mendapatkan hak dan kewajibannya dalam berorganisasi. Karyawan akan memberikan pengaruh kepada organisasinya melalui pola komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal berusaha berinteraksi antar karyawan untuk meningkatkan nilai kehormatan dalam organisasinya.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu
Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

No	Judul	Penulis	Metode	<i>State of the art</i>
1	Pola pencarian informasi Mahasiswa Studi Perpustakaan dan	(Septian et al., 2021)	Kualitatif deskriptif	Jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian kualitatif. Peneliti memperoleh hasil

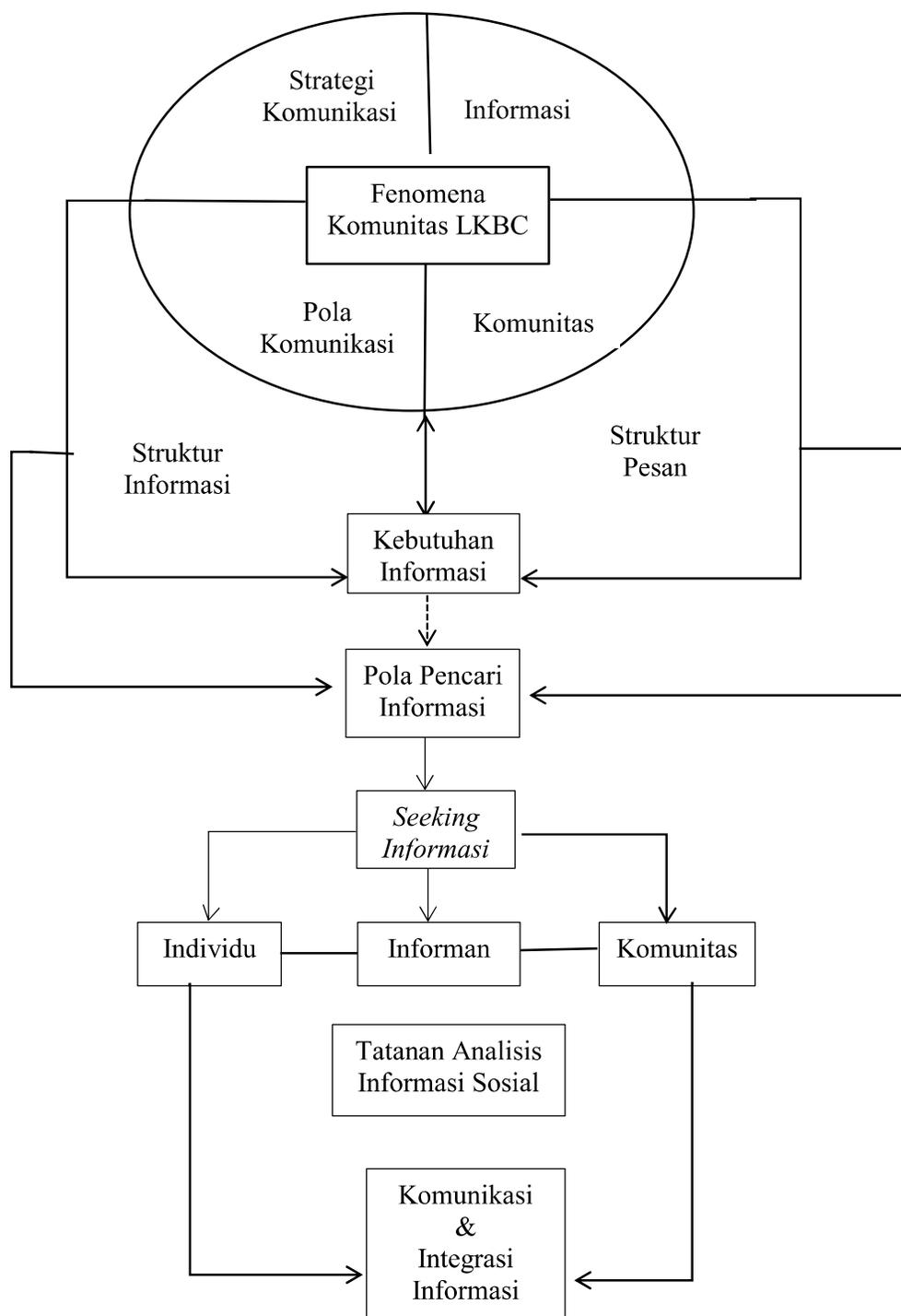
	<p>sains informasi UKSW menggunakan teori Ellis</p> <p>Jurnal nasional terakreditasi sinta 2 google scholar</p> <p>Link: http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/view/33526</p>			<p>penelitian dengan melakukan uji kredibilitas untuk mencari proses pencarian informasi komunitas lowongan kerja Batam <i>City</i> (LKBC) dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam.</p>
2	<p>Hubungan informasi line today dengan pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa</p> <p>Jurnal nasional terakreditasi sinta 4 dari google Scholar</p> <p>Link: http://jurnal.uinsu.7ac.id/index.php/jipi/article/view/105</p>	(Dhayunin grum et al., 2017)	Kuantitatif Koresional	<p>Jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian kualitatif. Peneliti melakukan penelitian menggunakan uji kredibilitas untuk mencari informasi mengenai proses penyebaran informasi komunitas lowongan kerja Batam <i>City</i> (LKBC) kepada anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam.</p>

3	<p>Pemanfaatan media sosial kebutuhan informasi ketenagakerjaan di kalangan angkatan kerja muda pada masa pandemi covid-19</p> <p>Jurnal nasional terakreditasi sinta 2 google scholar</p> <p>Link: https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/4399</p>	(Sitompul et al., 2021)	Kuantitatif	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman.</p> <p>Berdasarkan metode ini peneliti dapat memperoleh informasi mengenai cara komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC) dan anggota pencarian lowongan kerja dalam memanfaatkan media informasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi.</p>
4	<p>Using interperonal communication strategis to encourage science conversations on social media</p> <p>Jurnal internasional bereputasi pubmed</p> <p>Link: https://journals.plos.org/plosone/article/file?type=printable&id=10.1371/journal.pone.0241972</p>	(Martin & MacDonal d, 2020)		<p>Penelitian ini membahas tentang hubungan strategi pola komunikasi interpersonal komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC) dan strategi penyebaran informasi komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC) kepada anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam.</p>

5	<p>Coming to Amerika: Iranias' use of telegram for immigration information seeking</p> <p>Jurnal internasional bereputasi emerald insight</p> <p>Link: https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/23943/Nikkah_2019_coming.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>			<p>Penelitian ini membahas perilaku pencarian informasi yang dilakukan komunitas lowongan kerja Batam <i>City</i> (LKBC) dalam pemenuhan kebutuhan informasi anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam. Selain itu, pencarian informasi yang diterapkan komunitas melalui media informasi linkert, instagram, website perusahaan dan lainnya.</p>
6	<p>Effect of social media on Human interpersonal communication : A review</p> <p>Jurnal internasional</p> <p>Link: https://www.semanticscholar.org/paper/Effect-of-Social-Media-on-Human-Interpersonal-A-Wong-Phang/df048e2c38204e2746ab036d1c5c915f57121b82</p>	(Wong & Phang, 2017)		<p>Penelitian dilakukan melalui wawancara. Peneliti berusaha membuat pedoman wawancara sebelum terjun kelapangan dalam mencari data mengenai pola komunikasi interpersonal, strategi penyebaran informasi dan strategi memanfaatkan media informasi komunitas lowongan kerja Batam <i>City</i> (LKBC) dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada anggota pencarian lowongan kerja di Batam.</p>

7	<p>The influence of Organizational culture, compensation and interpersonal communication in employee performance through work motivation as mediation</p> <p>Jurnal internasional</p> <p>Link: https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/8615</p>	(Maria, 2019)	Kuantitatif	<p>Peneliti menggunakan metode kualitatif. Penulis membahas tentang komunikasi komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC) memotivasi pencarian informasi lowongan kerja. Selain itu, media telegram sebagai media penyebaran informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi pada anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam</p>
8	<p>Role of Interpersonal Communication in Organizational Effectiveness</p> <p>Jurnal internasional</p> <p>Link: http://ijrmb.com/vol1issue4/dramit.pdf</p>	(Singh & Lalropuii, 2014)		<p>Penelitian ini membahas tentang pola komunikasi interpersonal pada komunitas lowongan kerja Batam City (LKBC).</p>

2.3. Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran menjelaskan tentang fenomena di komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) dalam memenuhi kebutuhan informasi anggota pencarian lowongan pekerjaan di Kota Batam. Komunitas ini menggunakan pola komunikasi interpersonal dalam berinteraksi satu sama lain. Dalam strategi komunikasi terdiri dari struktur pesan dan struktur informasi. Struktur pesan dimuat menjadi berbentuk informasi. Informasi akan dicari menggunakan *teori seeking information*.

Teori seeking information adalah teori yang membantu komunitas dalam mencari informasi mengenai lowongan kerja di Kota Batam. Setiap komunitas, individu dan informan memiliki strategi mencari informasi yang berbeda-beda. Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) berperan sebagai pengirim pesan berupa informasi lowongan kerja di Kota Batam sedangkan anggota berperan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi. Komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) berkontribusi sebagai tatanan analisis informasi sosial yang akan memenuhi kebutuhan anggotanya. Melalui komunikasi dan integrasi informasi dapat memperluas komunitas lowongan kerja Batam *City* (LKBC) dalam mencari informasi untuk pemenuhan kebutuhan anggota pencarian lowongan kerja di Kota Batam.