

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini peneliti mengambil tinjauan pustaka dan tinjauan penelitian terdahulu yang berdasarkan studi pustaka, peneliti menentukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam menambahkan asumsi.

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan “Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung (SSB) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya”, Beberapa hasil penelitian yang dijadikan referensi dapat dilihat pada **tabel 2.1** berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Muhammad Eri Pratama (41810152) , 2014. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia,	Bimo Andhika Nughroho Perkasa (210110110626), 2013. Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung,	Lisda Yuniawati (41807043), 2011. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia
Judul Penelitian	Gaya Komunikasi Tutor Public Speaking Dalam Komunitas “Beruang Matahari” di Panti Asuhan Hegarmanah Bandung	Gaya Komunikasi Pemandu Museum	“Gaya Komunikasi Guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Warnasari Dalam Berkomunikasi Dengan Peserta Didik”
Metode Penelitian	Penelitian Kualitataif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif	Penelitian Kualitatif Dengan Menggunakan Metode Deskriptif
Hasil Penelitian	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi tutor public speaking dari komunitas “Beruang Matahari” ini menggunakan gaya komunikasi friendly, relaxed serta attentive dan gaya komunikasi yang paling dominan digunakan dalam komunitas “Beruang Matahari” adalah gaya komunikasi Friendly. Friendly style digunakan sebagai strategi tua ke muda tutor agar bisa masuk kedalam kelompok yang dibimbing	Hasil penelitian ini menemukan adanya tiga kategori gaya komunikasi pemanduan. Pertama gaya komunikasi Ceramah, kedua gaya komunikasi setara, ketiga gaya komunikasi storytelling.	bahwa tidak semua guru di PAUD Warnasari ini menggunakan Gaya komunikasi yang baik seperti gaya <i>Authoritative</i> dan <i>Tolerant and authoritative</i> , karena tidak semua guru memiliki sifat yang sama. Akan tetapi di PAUD Warnasari ini para guru dari keseluruhan lebih dominan bergaya <i>Authoritative, Tolerant and Authoritative</i> .

Perbedaan Dengan Penelitian ini	Penelitian Muhammad Eri Pratama bertujuan untuk menganalisis Gaya Komunikasi komunitas “Beruang Matahari” di Panti Asuhan Hegarmanah Bandung sedangkan peneliti ini lebih kepada Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya dari segi gaya dominan,berkesan,terbuka dan bersahabat	Penelitian Bimo Andhika Nugroho Perkasa bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi pemandu museum sedangkan peneliti ini lebih kepada Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya dari segi gaya dominan,berkesan,terbuka dan bersahabat	Penelitian Lisda Yuniawati bertujuan untuk mengetahui Gaya Komunikasi Guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Warnasari Dalam Berkomunikasi Dengan Peserta Didik sedangkan peneliti ini lebih kepada Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya dari segi gaya dominan,berkesan,terbuka dan bersahabat
----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Peneliti, 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan istilah yang sangat penting dikalangan masyarakat. Dari media masa, dalam buku-buku, diskusi kelompok, juga dalam suatu organisasi maupun kelompok mempunyai peran yang sangat vital. Komunikasi sebagai ilmu sosial yang relatif muda, walaupun pada memang komunikasi sendiri adalah kegiatan yang di miliki oleh seorang manusia secara naruliah sejak manusia itu dilahirkan. Seperti contohnya seorang bayi yang menangis untuk menarik perhatian orang lain atau ibunya, untuk mengingatkan bahwa dirinya sedang lapar.

Komunikasi dalam perjalanan seorang manusia ketika berada dalam lingkup masyarakat akan lebih terasa, seperti adanya pesan-pesan komunikasi yang ditujukan baik kepada individu maupun sekelompok/organisasi yang ada di lingkungan mereka. Karena pada dasarnya komunikasi dibentuk oleh manusia yang telah berkomunikasi

selama puluhan ribu tahun lalu, komunikasi juga merupakan bagian yang sering dilakukan manusia selama mereka hidup. Meskipun demikian, manusia dilahirkan tidak dibekali dengan kemampuan untuk berkomunikasi yang efektif, tetapi mereka mempelajari tiap harinya.

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan. Kesamaan Bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila keduanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercekapkan.

Menurut Levine & Adelman dalam buku *Cultures and Communication* yang dikutip oleh Deddy Mulyana, mereka mengatakan “Komunikasi adalah ilmu yang multidisipliner. Dia bersentuhan dengan banyak ilmu lain, dan banyak aspek kehidupan manusia. Maka dari itu, sulit menentukan satu definisi absolut mengenai komunikasi. Banyak sekali definisi komunikasi yang diungkapkan oleh para ahli dari berbagai latar

belakang keilmuan.. Menurut mereka, komunikasi merupakan “proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal”. (Mulyana, 2012: 5)

Sedangkan Deddy Mulyana mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: “*Communication is an exchange of significant symbols. Trough the use of these symbols, people can share ideas and information without presenting the things being discussed before them.*” (Komunikasi adalah pertukaran simbol yang signifikan. Melalui penggunaan simbol ini, orang-orang bisa berbagi ide dan informasi tanpa memunculkan benda yang sedang dibicarakan) (Mulyana, 2012: 6).

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki tujuan-tujuan dalam kehidupan manusia. Tujuan Komunikasi adalah untuk membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Dalam bukunya *Ilmu Komunikasi* Daryanto (2011:148-149). mengemukakan bahwa tujuan komunikasi antara lain :

- a. **Perubahan Sikap** (*Attitude Change*), seorang komunikan setelah menerima pesan, kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, kita harus berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita
- b. **Perubahan Pendapat** (*Opinion Change*), dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman disini ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami arti komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.
- c. **Perubahan Perilaku** (*Behavior Change*), komunikasi itu bertujuan untuk mengubah perilaku ataupun tindakan seseorang.

d. **Perubahan Sosial** (*Social Change*), membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi suatu hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Berlangsungnya proses penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan, dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya. (Effendy, 1989:63-64). Proses komunikasi dalam Ilmu Komunikasi "*Teori dan Praktek* (2011:11-16), sendiri bisa terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder.

a. Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiat, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menejermahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu "menejermahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi, atau opini; baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak; bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai saranannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai *lambang (symbol)* beserta *isi (content)* yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas *pesan (message)*, yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Dalam kajian ilmu komunikasi, banyak ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai fungsi-fungsi dari komunikasi yang kemudian dituangkan kedalam buku-buku pengetahuan mengenai fungsi komunikasi itu sendiri. Dalam

buku *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Liliweri (2011:136) fungsi-fungsi dasar komunikasi yaitu :

a. Pendidikan dan Pengajaran

Fungsi pendidikan dan pengajaran sebenarnya sudah dikenal sejak awal kehidupan manusia kedua fungsi ini dimulai dari dalam rumah, misalnya pendidikan nilai dan norma budaya, budi pekerti, dan sopan santun (fungsi pengajaran) oleh orang tua dan anggota keluarga lain. Pendidikan dan pengajaran dilaksanakan melalui pendidikan formal di sekolah dan pendidikan informal dalam masyarakat. Komunikasi menjadi sarana penyediaan pengetahuan, keahlian dan keterampilan untuk memperlancar peranan manusia dan memberikan peluang bagi orang lain untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

b. Informasi

Kualitas kehidupan akan menjadi miskin apabila tanpa informasi. Setiap orang dan sekelompok orang membutuhkan informasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan dan tertulis melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi, dan komunikasi melalui media massa. Mereka yang memiliki kekayaan informasi akan menjadi tempat bertanya bagi orang lain disekitarnya. Ada pepatah mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia, dan komunikasi

menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan disekelilingnya.

c. Hiburan

Untuk memecahkan masalah dalam kehidupan yang rutin, maka manusia harus mengalihkan perhatiannya dari situasi stress ke situasi yang lebih santai dan menyenangkan. Hiburan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya misalnya melalui film, televisi, radio, drama, musik, literature, komedi, dan permainan.

d. Diskusi

Kehidupan kita penuh dengan berbagai pandangan dan pendapat yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan itu dibutuhkan debat dan diskusi antarpersonal maupun dalam kelompok. Melalui diskusi dan debat akan ditemukan kesatuan pendapat sambil tetap menghargai perbedaan yang dimiliki orang lain. Komunikasi merupakan sarana yang baik bagi penyaluran bakat untuk berdebat dan berdiskusi tentang gagasan baru yang lebih kreatif dalam membangun kehidupan bersama. Diskusi disini juga dapat dikatakan menjadi daya tarik apabila nanti ketua berkomunikasi dihadapan anggotanya.

e. Persuasi

Persuasi mendorong kita untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyatuan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan keputusanp

personal maupun kelompok atau organisasi. Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang *persuader* terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

2.1.2.5 Unsur Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi (Daryanto, 2011:92-94) menjelaskan tentang unsur-unsur komunikasi yang selalu terdapat dalam peristiwa komunikasi manapun. Berikut unsur-unsur komunikasi :

1. Sumber

Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

2. Meng-encode

Suatu keadaan internal tidak dapat dibagi bersama secara langsung maka diperlukan simbol-simbol (pesan verbal maupun non verbal) yang mewakili.

3. Pesan

Merupakan hasil *encoding*. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol verbal atau nonverbal yang mewakili keadaan khusus sumber pada satu dan tempat tertentu.

4. Saluran

Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.

5. Penerima

Orang-orang yang menerima pesan dengan sedemikian terhubung dengan sumber pesan.

6. Men-decode

Decoding merupakan kegiatan internal dari penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah”, yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.

7. Respons Penerima

Suatu yang telah diputuskan oleh penerima untuk dilakukan terhadap pesan. *Respons* dapat bervariasi sepanjang dimensi minimum sampai maksimum.

8. Balikan (*feedback*)

Merupakan informasi bagi sumber sehingga ia dapat menilai efektivitas komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada.

9. Gangguan (*noise*)

Gangguan beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* dapat masuk ke dalam sistem komunikasi manapun, merupakan segala sesuatu yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian pesan, termasuk yang bersifat fisik atau psikis.

10. Bidang Pengalaman

Komunikasi dapat terjadi sejauh para pelaku memiliki pengalaman-pengalaman yang sama. Perbedaan dapat mengakibatkan komunikasi menjadi sulit. Walaupun perbedaan tidak dapat dihilangkan, harapan untuk terjadi komunikasi sungguh mungkin terlaksana.

2.1.2.6 Sifat Komunikasi

Onong Uchana Effendy dalam bukunya *Ilmu Teori dan Praktek* (2003: 7) menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberapa sifat komunikasi tersebut, yaitu :

1. Tatap Muka (*face to face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (Lisan, Tulisan)
4. Non Verbal (Non verbal)
5. Gerakan (*Gestural*)
6. Bergambar (*Pictorial*),

Komunikator (Pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator bisa secara langsung (*face to face*) tanpa menggunakan medi apapun. Komunikator juga dapat meggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya. Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi menjadi dua macam yaitu lisan (Oral) dan tulisan (*Written/Printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya, ataupun menggunakan gambar untuk menemukan ide atau gagasannya.

2.1.2.7 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (2003 : 72-75), ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan (*level*), dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang terjadi dalam kelompok biasanya terjadi karena adanya kesamaan antara Individu satu dengan yang lainnya, disini peneliti mencoba menjelaskan apa itu Komunikasi Kelompok secara lebih mendalam.

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Penelitian ini masuk kepada komunikasi kelompok karena ketua dan para anggotanya yang memiliki jalan pikiran yang sama. Sama dalam artian disini adalah sekelompok orang yang sesama memiliki kecintaan terhadap *group idol* di Jepang.

Kelompok sendiri dalam buku *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Kartini (2011:112) adalah kumpulan yang terdiri dari dua atau lebih individu, dan kehadiran masing-masing inividu mempunyai arti serta nilai bagi orang lain, dan ada dalam situasi saling mempengaruhi. Pada setiap anggota kelompok tadi selalu kita dapati aksi-aksi dan reaksi-reaksi yang timbal-balik. Jadi, ada dinamika kelompok.

Kelompok menurut Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengatakan “ Sekumpulan orang yang berinteraksi satu sama lain, mempunyai tujuan bersama, mengenal dan memandang mereka bagian dari kelompok tersebut”.

Dan B. Curtis, James J. Floyd dan Jerril L. Winson dalam buku yang sama juga menyatakan bahwa “komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, di bawah pengarahan seseorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat-sifat komunikasi sebagai (1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka. (2. Kelompok memiliki sedikit partisipan. (3. Kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin. (4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama. (5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain. (Mulyana,2005:49)

2.1.3.2 Proses Komunikasi Kelompok

Kelompok (Cragan, 2004) berarti beberapa orang yang terhubung dalam satu sistem komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus dari waktu ke waktu, *face to face* atau *computer mediate*, yang memiliki *goal*, tujuan serta norma yang sama yang akhirnya kelompok tersebut akan mencapai tujuan tersebut secara bersamaan.

Bernegosiasi satu sama lain, atau berkomunikasi bukanlah menukarkan informasi satu orang ke orang lain. Melainkan memberi dan menerima informasi satu sama lain dalam sebuah percakapan yang nantinya akan ditemukan suatu interpertasi yang sama antar anggotanya.

2.1.3.3 Faktor-faktor Pembentukan Komunikasi Kelompok

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya komunikasi Kelompok adalah kumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Atau dengan kata lain, kelompok adalah kumpulan orang yang saling berinteraksi, interdependen (saling tergantung antara satu dengan yang lainnya), dan berada bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama.

Dua faktor utama yang mengarahkan pilihan tersebut adalah kedekatan dan kesamaan.

a. Kedekatan

Pengaruh tingkat kedekatan, atau kedekatan geografis, terhadap keterlibatan seseorang dalam sebuah kelompok tidak bisa diukur. Kita membentuk kelompok bermain dengan orang-orang disekitar kita. Kita bergabung dengan kelompok kegiatan sosial lokal. Kelompok tersusun atas individu-individu yang saling berinteraksi. Semakin dekat jarak geografis antara dua orang, semakin mungkin mereka saling melihat, berbicara, dan bersosialisasi. Singkatnya, kedekatan fisik meningkatkan peluang interaksi dan bentuk kegiatan bersama yang memungkinkan terbentuknya kelompok sosial. Jadi, kedekatan

menumbuhkan interaksi, yang memainkan peran penting terhadap terbentuknya kelompok pertemanan.

b. Kebersamaan

Pembentukan kelompok tidak hanya tergantung pada kedekatan fisik, tetapi juga kesamaan diantara anggota-anggotanya. Sudah menjadi kebiasaan, orang lebih suka berhubungan dengan orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan minat, kepercayaan, nilai, usia, tingkat intelegensi, dan karakter-karakter personal lain. Kesamaan juga merupakan faktor utama dalam memilih calon pasangan untuk membentuk kelompok yang disebut keluarga.

2.1.3.4 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik dalam komunikasi kelompok ditentukan oleh dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku satu sama lainnya. Severin dan Tankard yang dikutip Suprpto menyebutkan ada dua jenis norma, yaitu deskriptif dan perintah. Norma deskriptif menentukan apa yang seharusnya dilakukandalam sebuah konteks, sedangkan norma perintah menentukan apa yang umumnya disetujui oleh masyarakat.

Terdapat tiga kategori norma (Sendjaja 2002: 36) dalam kelompok yaitu norma sosial, prosedural, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan di antara anggota kelompok. Sedangkan norma prosedural menguraikan secara rinci bagaimana suatu kelompok mengambil keputusan, harus beroperasi, dan pada

akhirnya pada kesepakatan kelompok. Norma tugas mengatur bagaimana pekerjaan harus dilakukan. Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Menurut Soerjono Soekanto, seseorang telah menjalankan peran apabila telah melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Menurut **Adler & Rodman** peran dalam komunikasi kelompok meliputi fungsi tugas dan pemeliharaan. Fungsi Tugas yaitu pemberi informasi, pemberi pendapat, pencari informasi dan pemberi aturan. Sedangkan Fungsi Pemeliharaan meliputi pendorong partisipasi, penyalaras, penurunan ketegangan, penanganan persoalan pribadi.

Menurut Brillhart, ada 5 karakteristik komunikasi dalam kelompok, yaitu:

1. Meliputi sekelompok kecil orang (2-20) sehingga setiap orang menjadi sadar & mampu bereaksi terhadap yang lainnya.
2. Untuk keberhasilan pencapaian tujuan setiap orang harus terikat dalam kondisi saling ketergantungan.
3. Setiap orang harus mempunyai rasa saling memiliki dan mengidentifikasi diri dengan anggota kelompok lain.
4. Interaksi secara oral, walau tidak seluruh interaksi berlangsung secara oral, tapi yang signifikan melalui pembicaraan.
5. Prilaku didasarkan pada norma-norma, nilai dan prosedur yang diterima tiap anggota.

2.1.3.5 Jenis-Jenis Komunikasi Kelompok

1. Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil (*small/micro group communication*) adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan, dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesanya kepada benak atau pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lain. Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Komunikan akan menilai logis tidaknya uraian komunikator.

Cara yang kedua dari komunikasi kelompok kecil adalah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linear, melainkan sirkular, umpan balik secara verbal. Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika kita tidak mengerti. Dapat menyanggah bila tidak setuju dan lain sebagainya.

Dalam kehidupan sehari-hari begitu banyak jenis komunikasi kelompok kecil, antara lain, seperti telah disinggung di atas : rapat (rapat kerja, rapat pimpinan, rapat mingguan), kuliah, ceramah, brifing, penataran, loka karya, diskusi panel, forum, symposium, seminar, konferensi, kongres, curah saran(*brainstorming*).

2. Komunikasi Kelompok Besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar (*large/macro group communication*) adalah komunikasi yang ditujukan kepada seleksi komunikan dan prosesnya berlangsung secara linier. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditunjukkan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau pada perasaannya.

Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa sebuah lapangan. Jika komunikasi pada komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama status sosialnya), maka komunikasi pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen : mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya.

Proses komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang seperti telah diterangkan tadi berlangsung secara sirkular. Dialogis, bertanya jawab. Dalam pidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang operator dengan salah seorang dari khalayak massa.

2.1.3.6 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan serta fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk pembuatan kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Hubungan sosial,

Dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.

2. Pendidikan

Adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Namun demikian, fungsi pendidikan dalam kelompok akan sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, bergantung pada tiga faktor, yaitu jumlah informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok serta frekuensi interaksi di antara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

3. Fungsi persuasi

Seorang anggota kelompok berupaya mempersuasikan anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang

yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.

4. Fungsi kelompok

Juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatan nya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*), berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk pembuatan keputusan.

5. Terapi

Adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus. Contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkoba, kelompok perokok berat dan sebagainya. Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi dikenal dengan nama pengungkapan ciri (*self disclosure*). Artinya, dalam suasana yang mendukung, setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar anggota dalam diskusi yang

dilakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi terapi yang akan mengaturnya.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas adalah kelompok sosial yang berasal dari beberapa *organisme* yang saling berinteraksi di dalam daerah tertentu dan saling berbagi lingkungan. Biasanya mempunyai ketertarikan yang sama. Atau definisi Komunitas yang lainnya adalah sebuah kelompok yang menunjukkan adanya kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas keanggotaannya, misalnya seperti: kesamaan profesi, kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran dan lain sebagainya. Seperti contohnya: kelompok petani, kelompok warga, kelompok suporter sepak bola dan lain sebagainya. Sedangkan menurut pakar ahli Hendro puspito komunitas adalah adalah suatu kumpulan nyata, teratur dan tetap dari individu-individu yang melaksanakan peran-perannya secara berkaitan guna mencapai tujuan bersama. Tujuan dibentuknya komunitas yaitu untuk dapat saling membantu satu sama lain dalam menghasilkan sesuatu, sesuatu tersebut adalah tujuan yang telah di tentukan sebelumnya (Sora, 2015).

2.1.5 Tinjauan Gaya Komunikasi

2.1.5.1 Pengertian Gaya Komunikasi

Dalam Gaya komunikasi, menjelaskan bagaimanan cara kita berperilaku ketika kita mengirim dan menerima pesan. Kita sebut “gaya komunikasi” pribadi karena kita paling sering memakai gaya tertentu ketika berkomunikasi dengan orang lain.

Akan tetapi dalam suatu komunitas, akan lebih mengarah kepada bagaimana cara kita sebagai satu pribadi yang memiliki gaya komunikasi yang

tepat, untuk kembali kepada tujuan komunitas itu sendiri ,termasuk dalam meningkatkan loyalitas anggotanya.

Northon (1983), dalam buku *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* mengelompokan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi kedalam sepuluh jenis, yakni :

- a. Gaya Dominan (*dominant style*), gaya seseorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
- b. Gaya Dramatis (*dramatic style*), gaya seseorang individu yang selalu “hidup” ketika bercakap-cakap.
- c. Gaya Kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk untuk menantang orang lain.
- d. Gaya Animasi (*animated style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
- e. Gaya Berkesan (*impression style*), gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan!
- f. Gaya Santai (*relaxed style*), gaya seseorang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
- g. Gaya Atentif (*attentive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.

- h. Gaya Terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakkan.
- i. Gaya Bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu member respons positif, dan mendukung
- j. Gaya yang Tepat (*precise style*), gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

2.1.5.2 Jenis-Jenis Gaya Komunikasi

Enam gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (Pace 2006 : 277) Gaya komunikasi mengendalikan (dalam bahasa Inggris: *The Controlling Style*) ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*. Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka.

Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan

kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha “menjual” gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya.

1. The controlling style of communication

Gaya ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula (sunting) Gaya komunikasi dua arah

2. The Equalitarian Style

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two-way communication). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. The equalitarian style ini akan

memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

3. The Structuring Style

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

Stogdill dan Coons dari The Bureau of Business Research of Ohio State University, menemukan dimensi dari kepemimpinan yang efektif, yang mereka beri nama Struktur Inisiasi atau Initiating Structure. Stogdill dan Coons menjelaskan mereka bahwa pemrakarsa (initiator) struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4. The Dynamic style

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). The dynamic style of communication

ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (salesmen atau saleswomen). Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah mestimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5. The Relinquishing Style

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (sender) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

6. The Withdrawal Style

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk

menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi.

Dalam Jurnal *Kepemimpinan dan Gaya Komunikasi*, Manap Solihat mengatakan “Gaya komunikasi yang dapat digunakan seseorang untuk membantu orang lainnya mencapai hasil yang diinginkan adalah sebagai berikut : (1) mengendalikan atau mengarahkan, (2) memberi tantangan atau rangsangan, (3) menjelaskan kepada atau member instruksi, (4) mendorong atau mendukung, (5) memohon atau membujuk, (6) melibatkan atau memberdayakan, (7) memberi ganjaran atau hukuman. (Manap, 2015:2 vol 04 no 1)

2.1.6 Tinjauan Tentang Loyalitas

Loyalitas menurut Griffin dalam buku Hurriyati *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* beliau mengatakan bahwa “*loyalty is defined as non random purchased expressed over time by some decision making unit.* Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, berdasarkan pada unit pengambilan keputusan. (Hurriyati, 2010:128)

Menurut Griffin dalam Jurnalnya Supandi *Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen* Supandi berbicara mengenai loyal menyatakan “Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambilan keputusan. Aspek-aspek

yang mempengaruhi loyalitas adalah: (1) Kepuasan (*satisfaction*) (2) Ikatan emosi (*emotional bonding*). (3) Kepercayaan (*trust*). (4) Pengalaman terhadap perusahaan (*history with the company*). (5) Kemudahan (*choice reduction and habit*).” (Supandi,2013:1274 vol 1 no 3 ISSN 2303-1174)

Sedangkan Menurut Rasimin yang di kutip dari artikel Masbow (Hoetomo, 2005 : 45) menyatakan :

Loyalitas dapat diartikan dengan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang didalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik. Anggota ialah bagian tubuh seperti tangan, kaki, dan lain-lain ; bagian dari sesuatu yang berangkai ; orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia, dan sebagainya).

Dari pengertian di atas penulis memahami bahwa anggota ialah orang yang menjadi bagian dalam sebuah organisasi.

Dari beberapa definisi di atas maka penulis membuat kesimpulan bahwa loyalitas anggota ialah kesetiaan atau kepatuhan sekumpulan orang yang dibagi menjadi beberapa bagian dalam sebuah perserikatan.

Bertolak dari pendapat rasimin yang terdapat dari artikel masbow tentang psikologi di atas, maka loyalitas dibagi menjadi berikut:

1. Kesetiaan
2. Pengabdian
3. Kepercayaan
4. Rasa Cinta
5. Tanggung jawab

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif, penelitian deskriptif mempelajari masalah yang ada di dalam masyarakat dan tata cara yang berlaku di dalam masyarakat serta situasi tertentu, termasuk di dalamnya tentang hubungan, pandangan-pandangan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh - pengaruhnya terhadap fenomena tertentu.

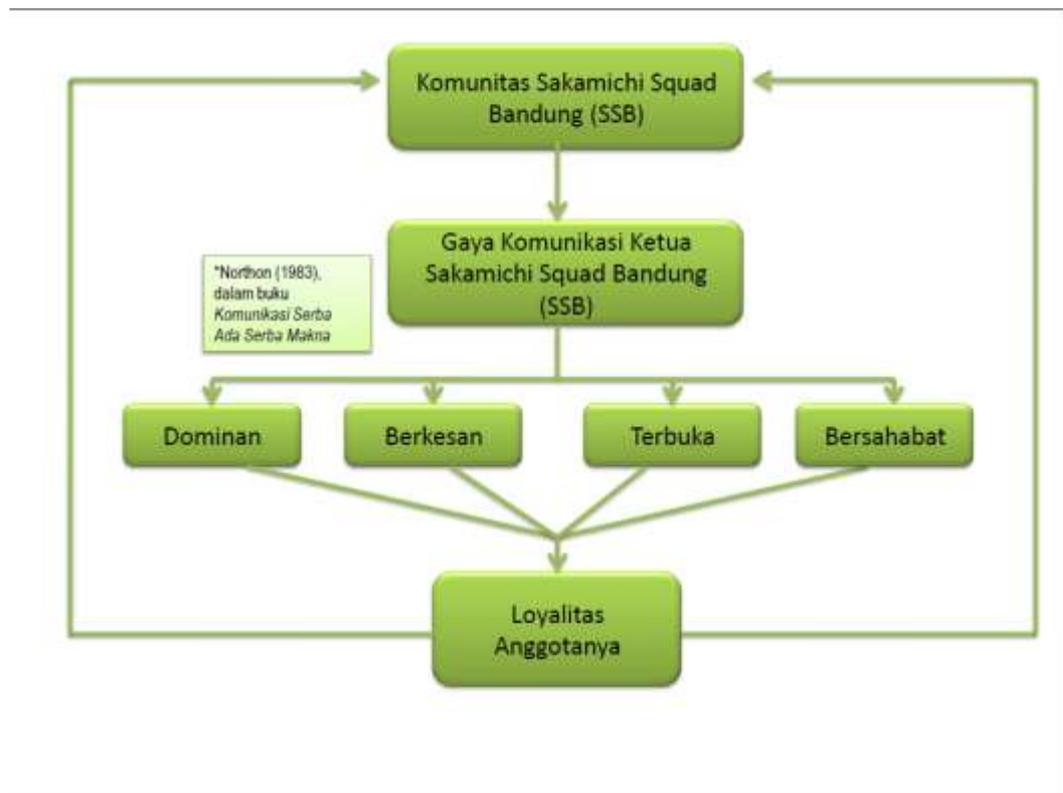
Peristiwa yang terjadi pada penelitian ini adalah gaya komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung, dimana sebagai pemimpin dia harus melakukan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik individu para anggotanya. Hal tersebut dilakukan agar komunitas ini tetap berjalan sehingga loyalitas para anggotanya tetap terjaga.

Penelitian ini menggunakan fokus penelitian **Empat Gaya Komunikasi** yang mengacu pada penyampaian pesan melalui gaya Ketua Komunitas kepada para anggotanya. Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara kita berperilaku ketika kita mengirim dan menerima pesan. Seperti yang dikemukakan oleh Liliweri M.S dalam buku *Komunikasi Antarpersonal* (Liliweri,2015:254) bahwa:

“Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang unik, karena itu jika kita mengenal gaya komunikasi seseorang maka kita juga dapat menemukan kesadaran dari diri kita sehingga dapat mengembangkan interaksi dan relasi demi tercapainya komunikasi efektif. Artinya, gaya komunikasi dapat membuat seseorang menjadi sukses dalam relasi dengan orang lain.

Dengan fokus penelitian Gaya Komunikasi maka sub fokus yang digunakan adalah **Dominan, Berkesan, Terbuka, dan Bersahabat**.

Berikut adalah kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini sesuai dengan jalan alur peneliti. Sebagai berikut :



Gambar 2.1

Model Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti, 2018

Pada alur kerangka pemikiran, peneliti akan menerapkan 4 dari 10 gaya komunikasi Northon dari bukunya *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dimana dalam aplikasinya gaya komunikasi

tersebut melingkupi secara keseluruhan dalam masalah penelitian yaitu Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya.

Dimana ke empat gaya komunikasi tersebut yaitu :

- 1.) **Dominan**, merupakan salah satu gaya yang harus dimiliki oleh seorang ketua dalam komunitas. Dengan gaya komunikasi maka dalam komunitas terjadi kontrol sosial didalamnya, sehingga komunitas akan berada dalam jalur yang kondusif serta adanya seseorang yang mengatur kegiatan dalam komunitas itu sendiri.
- 2.) **Berkesan**, Berkesan disini, artinya ketua memiliki sesuatu yang mudah diingat, yang dimana dia akan diingat ketika berkomunikasi baik verbal maupun nonverbalnya, serta tampilan yang dia tunjukkan akan membuat anggota merasa berkesan melihat ketua komunitas.
- 3.) **Terbuka**, Ketua disini haruslah bisa menjadi pribadi yang lebih tampil apa adanya. Ketika terjadi suatu masalah dalam komunitas, ketua disini harus memberitahu tentang masalah apa saja yang terjadi di lingkup komunitas. Keterbukaan juga sangat perlu dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman antara anggota dengan anggota yang lainnya.
- 4.) **Bersahabat**, Sebagai seorang ketua, dalam berkomunikasi dengan anggotanya, apabila jabatan digunakan maka akan terjadi *gap* antara ketua dan anggota, oleh karena itu ketua disini haruslah memosisikan

sebagai anggota biasa, dimana ketua akan bisa membaaur dan akan lebih akrab dengan anggotanya. Ketua juga harus memiliki rasa empati dan simpati dimana ketika anggota memerlukan teman curhat, maka yang akan ditemui terlebih dahulu ialah ketuanya. Sehingga Loyalitas dari anggotanya tersebut akan semakin meningkat dan akan nyaman berada dalam komunitas.

Asumsi dari peneliti seperti dalam bahasan bab sebelumnya, mengharapkan dapat menemukan Gaya Komunikasi yang tepat dari ke empat sub fokus dari Northon diatas untuk di terapkan dalam komunitas Sakamichi Squad Bandung oleh Ketuanya dalam meningkatkan Loyalitas Anggotanya. Dimana pengambilan ke empat sub fokus tersebut dilatar belakangi oleh pra-riset sebelumnya yang telah di lakukan peneliti baik dalam peran maupun kegiatan dalam komunitas ini.