

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali tinjauan pustaka ini dengan mengkaji dan menelaah penelitian terdahulu yang dianggap relevan dan terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu menjadikan referensi peneliti dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Fitri Husnatul Sholaihah	Presti Swastini	Qurrata Aini Rahmatina	Indra Permana
Tahun	2022	2021	2022	2019
Universitas	Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh	Universitas Komputer Indonesia
Judul	Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Kampung Wayang Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan	Strategi Komunikasi Masyarakat Sade Dalam Melestarikan Budaya Adat di Era Globalisasi dan Modernisasi	Strategi Komunikasi Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Aceh Selatan Dalam Memublikasikan Kesenian Daerah	Aktivitas Komunikasi Wayang Golek Giriharja Tiga Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat
Metode Penelitian	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan metode deskriptif	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan studi etnografi komunikasi
Tujuan Penelitian	Mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola kampung wayang di kepuhsari dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan	Mengetahui makna budaya rumah adat di era globalisasi dan modernisasi	Mengetahui ruang lingkup dan kewenangan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan dalam melestarikan kesenian daerah Aceh dan untuk mengetahui strategi komunikasinya dalam mempromosikan kesenian daerah	Mengetahui situasi komunikatif, peristiwa komunikatif, dan tindakan komunikatif dalam kesenian wayang golek GiriHarja Tiga.

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Strategi komunikasi pemasaran desa wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan melalui kegiatan publik relations, melakukan kerjasama dengan pers, melakukan pertemuan rutin pengelola dan publikasi melalui media sosial. Selain itu adanya kegiatan promosi objek wisata kampung wayang dalam meningkatkan jumlah wisatawan dapat dikatakan berhasil</p>	<p>Masyarakat sade melakukan perencanaan dalam menyusun strategi-strategi dalam memberikan pengarah dan penjelasan mengenai budaya rumah adat sade dengan cara mengimplementasikan rencana yang melibatkan masyarakat. Selain itu merencanakan komunikasi yang tersusun secara jelas dan konkrit yang didalamnya mengandung what to do dan how to do.</p>	<p>Adanya perhatian dari pemerintah daerah dalam memberikan dana yang memadai untuk proses pelestarian kesenian daerah hal terus akan menjadi acuan untuk para penggiat kesenian tetap bersemangat dalam pelestarian kesenian daerah selain itu strategi komunikasi dinas pendidikan dan kebudayaan dalam mempromosikan kesenian daerah dengan menggunakan cara yaitu menciptakan inovasi yang baru dalam memberikan suatu perkembangan kesenian</p>	<p>Situasi komunikatif Pertunjukan Wayang Golek Giriharja diselenggarakan di tanah lapang. Genre yaitu warisan kesenian secara turun-temurun, tujuan yaitu untuk menghibur serta melestarikan budaya leluhur, setting pada pertunjukan terletak pada sebuah panggung pagelaran, Tindakan komunikasi Pertunjukan Wayang Golek Giriharja yaitu berkomunikasi menggunakan komunikasi verbal dan non verbal, simbol dan musik.</p>
<p>Perbedaan Dengan Penelitian Ini</p>	<p>Penelitian Fitria Husnatul Sholaihah ini Bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sedangkan penelitian ini bertujuan untuk melestarikan kebudayaan seni wayang sunda</p>	<p>Penelitian Presti Swatini ini mengambil sub judul yaitu Makna dan strategi komunikasi sedangkan sub fokus penelitian ini yaitu perencanaan, pesan, dan media komunikasi.</p>	<p>Penelitian Qurrata Aini Rahmatina ini menggunakan media sosial untuk mempublikasikan kesenian daerahnya sedangkan dalam penelitian ini melestarikan kesenian daerahnya menggunakan komunikasi Kelompok</p>	<p>Penelitian Indra Permana ini menggunakan variabel Aktivitas Komunikasi dengan Metode Kualitatif etnografi komunikasi serta lokasi penelitian di GiriHarja sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel strategi komunikasi dan Penelitian Kualitatif dengan Metode Deskriptif</p>

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2024)

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau istilah dari bahasa Inggris ialah “communication” dimana secara epistemologi komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatus* kata yang sumber awalnya dari kata *communis*. Makna dari kata komunikasi adalah ‘berbagi’ atau dapat dimaknai menjadi “milik bersama” dimana suatu kondisi yang memiliki tujuan dalam kebersamaan dan kesamaan. Komunikasi adalah suatu kegiatan atau unsur penting yang dilakukan oleh makhluk hidup khususnya pada manusia seperti pernyataan seorang pada orang lain.

Dalam komunikasi terdapat komunikator dan penerima pesan yang dimana poin itu menjadi bagian utama dalam kegiatan komunikasi, sehingga kegiatan komunikasi dapat dikatakan efektif jika si komunikator mendapat feedback dari si penerima pesan. Namun kegiatan komunikasi tidak hanya sebatas berbicara, komunikasi dapat berjalan melalui simbol-simbol, angka-angka, gambar-gambar dan lain-lainya. *Webster's New Collegiate Dictionary* edisi tahun 1977 yang dikutip oleh Desi dan Ulfi (Fitria dkk, 2021:31) dalam artikel “Jenis jenis komunikasi” mengatakan bahwasanya komunikasi yaitu proses terjadinya pertukaran suatu informasi antara individu dengan melalui berbagai cara seperti lambang-lambang, tanda-tanda, hingga tingkah laku.

Menurut Manap Solihat et al menjelaskan bahwa komunikasi adalah:

“Menurut Manap Solihat et.al komunikasi adalah salah satu kegiatan inti manusia. Komunikasi sungguh sama sekali tak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Fitrah manusia sebagai makhluk hidup secara komunal dan makhluk sosial mau tak mau harus mengelat interaksi di antara

mereka. interaksi adalah komunikasi itu sendiri. mereka dua sisi mata uang yang tak bisa saling dipisahkan satu dengan lainnya.” (Manap Solihat, Melly Maulin P, 2015)

Komunikasi berkaitan dengan hubungan sosial, kebutuhan komunikasi ini terjadi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan dalam memahami dan mempersatukan hubungan manusia. Dimana jika hidup tanpa komunikasi akan terisolasi, setiap perilaku memiliki potensi berkomunikasi guna untuk menyesuaikan diri dari lingkungannya serta untuk mempertahankan keberlangsungan dalam hidupnya.

Menurut Lasswell yang dikutip oleh Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, mengatakan ada tiga fungsi dasar penyebab mengapa manusia memerlukan kegiatan berkomunikasi (Cangara, 2022:2) yaitu:

1. Dalam komunikasi manusia dapat mengetahui suatu peristiwa, karena manusia memiliki hasrat dalam mengontrol lingkungannya. Ketika terjadinya komunikasi secara langsung manusia bisa menemukan potensi yang dapat dimanfaatkan, dijaga, dan mengidentifikasi suatu ancaman yang terjadi dilingkungan sekitarnya.
2. Manusia berusaha dalam mendapati proses adaptasi dengan lingkungannya, sehingga mengharuskan manusia mampu menyesuaikan diri di berbagai kondisi manapun. Penyesuaian yang dimaksud ini tidak hanya terletak dari keahlian seorang manusia dalam bagaimana menanggapi ketika terjadinya bencana alam, namun yang dimaksud dalam pernyataan itu adalah di dalam lingkungan masyarakat dimana hidup penuh dengan tantangan.

3. Manusia yang melakukan transformasi warisan sosialisasi, dimana manusia berusaha untuk mempertahankan keberadaanya dalam berperilaku. Manusia dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peran.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi berdampingan dengan manusia, keberadaan komunikasi dalam kehidupan manusia untuk menata tata krama dan pergaulan antar manusia. Karena terjadinya komunikasi yang baik dapat memberikan pengaruh baik dalam menjalani kehidupan selanjutnya, maka dari itu untuk melihat kualitas keberlangsungan hidup yang baik atau buruk pada manusia dapat dilihat dari cara manusia itu dalam kemampuan berkomunikasi.

2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi adalah langkah-langkah dalam penyampaian pesan atau informasi dari satu individu ke individu lainnya yang bertujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku orang lain. Komunikasi yang diartikan sebagai penyampaian pesan antar manusia dan akan menjadi sempurna ketika penerima pesan mampu memahami atau menginterpretasikan perilaku yang dikomunikasikan serta makna yang didapat, dapat terpengaruhnya.

Menurut David K. Berlo yang dikutip oleh Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi pada awal 1960-an membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula tersebut telah dikenal dengan sebutan "SMCR", yaitu: *Source* (Pengirim), *Message* (Pesan), *Channel* (saluran media), dan *receiver* (Penerima) (Cangara, 2022:31).

Terdapat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula yang dinamai dengan nama “SMCR”, yaitu: *source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran media), dan *Receiver* (penerima). Namun, selain Shannon dan Berlo tercatat Charles Osgood, Gerald Miller, dan Melvin L. De Fleur memberikan tambahan unsur efek serta umpan balik (*feedback*) sebagaimana pelengkap dalam membangun kegiatan komunikasi yang sempurna. Adapun perkembangan terakhir munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno, dan Erika Vora menyampaikan bahwa faktor lingkungan memiliki nilai yang tidak kalah pentingnya dalam suatu unsur untuk mendukungnya proses terjadinya komunikasi.

1. Sumber

Bagian dasar dari proses komunikasi yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan yang disampaikan. Komunikasi dapat tersampaikan dengan berbagai bentuk, sumber berupa bentuk individu, institusi, literatur, dokumen, dan lain sebagainya.

2. Pesan

Bagian proses komunikasi yang menyampaikan sesuatu pada penerima pesan. Pesan dapat disampaikan secara tatap muka atau melalui media komunikasi, di dalam isi pesan berupa informasi, pengetahuan, hiburan, atau berupa nasihat. Penyampaian pesan dapat dikemas dalam bentuk pesan informatif – pesan informatif yang bersifat menyampaikan keterangan-keterangan atau fakta-fakta dalam suatu komunikasi yang menghasilkan keputusan.

3. Saluran/media

Alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dari sumber ke penerima pesan. Media komunikasi terbagi menjadi dua yaitu ada media komunikasi massa dan media komunikasi personal, media komunikasi massa adalah media untuk menyampaikan pesan dalam skala besar seperti radio, televisi, seminar dan lain sebagainya. Sedangkan media personal yaitu media yang digunakan hanya untuk dua orang atau lebih yang sifatnya berskala kecil sehingga dampaknya tidak terlalu meluas misalnya seperti telepon, chattingan, dan lain sebagainya.

4. Penerima

Elemen penting dalam kegiatan komunikasi, proses penerima ialah sebagai sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima dapat berupa individu tunggal atau lebih, selain itu bisa dalam bentuk kelompok, partai politik, hingga negara. Tidak akan ada kegiatan komunikasi jika tidak ada penerima, karena unsur penerima ini yang akan menghasilkan feedback dari proses komunikasi. Ketika suatu pesan tidak diterima oleh penerimanya, hal ini dapat mengakibatkan masalah yang memerlukan penyesuaian dari mulai sumber pesan, isi pesan hingga saluran komunikasi.

5. Akibat/pengaruh (*effect*)

Bagian terakhir adalah kegiatan komunikasi, akibat menjadi penentu dalam penyampaian pesan dari sumber. Pengaruh atau yang sering di katakan efek memiliki arti sebagai hasil akhir dari suatu komunikasi, pengaruh yang memiliki suatu perbedaan yang dirasakan oleh penerima dimana terjadi ketika penerimaan pesan seperti ketika apa yang sedang dipikirkan,

dilakukan, dan dirasakan.oleh karena itu pengaruh dapat didefinisikan sebagai perubahan atau penguat pada suatu pengetahuan, sikap, hingga perilaku seseorang yang sebagai akibat penerima pesan.

6. Tanggapan Balik

Terjadinya umpan balik dapat terjadi melalui unsur lain seperti pesan dan media, meskipun pesan belum sampai pada penerima. Seperti misalnya ketika mengirim suatu pesan terjadi gangguan pada alat yang digunakan untuk sampai pada tujuan. Hal tersebut menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7. Lingkungan

Faktor-faktor tertentu yang memiliki kemampuan dalam mempengaruhi proses komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Keenam unsur diatas dapat dikatakan sebagai unsur-unsur penting yang ada dalam kegiatan komunikasi, sehingga jika unsur -unsur komunikasi terapolikasikan pada komunikasi maka akan menghasilkan sebuah komunikasi yang efektif.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Proses komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang melibatkan dua pihak atau lebih melibatkan komunikator (penyampaian pesan) dan penerima pesan (penerima pesan). Proses terjadinya komunikasi adalah tahapan awal dalam menciptakan informasi tersampaikan dan dipahami oleh komunikator. Komunikasi yang memiliki fungsi sebagai penyampaian pesan dan dapat

menghasilkan pengaruh yang mengubah suatu pernyataan, menyampaikan gagasan, peristiwa hingga suatu informasi yang disampaikan orang lain.

Menurut (Cangara, 2022:76) mengatakan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dapat dikaji dari tipe komunikasi itu sendiri. Komunikasi terbagi menjadi empat macam tipe yaitu komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), Komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication*), dan komunikasi publik (*public communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi dalam mengembangkan imajinasi, mengendalikan dan memahami diri sendiri dan meningkatkan daya pikir seseorang dalam mengambil keputusan. Mengembangkan imajinasi akan menghasilkan kemampuan berpikir yang lebih tajam melalui dialog internal. Selain itu hal ini dapat mengetahui kemampuan-kemampuan yang dimiliki seseorang sehingga dampak yang terjadi akan menjadi merasa bisa menempatkan diri, tahu diri, dan membawa diri di tengah masyarakat. Hal ini merupakan proses dari kemampuan diri dalam menyelesaikan suatu masalah.

Komunikasi antarpribadi yang berfungsi untuk berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), mempelajari dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan pribadi. Komunikasi antarpribadi mampu meningkatkan suatu hubungan kemanusiaan melalui kegiatan komunikasi. Melalui komunikasi antarpribadi manusia dapat membangun hubungan yang berkualitas dan mampu menghindari serta dapat mengatasinya jika terjadi suatu konflik dalam suatu hubungan dua arah atau lebih seperti pertemanan, orang tua, tetangga dan lain sebagainya.

Komunikasi publik yaitu berfungsi dalam menumbuhkan rasa kebersamaan (*solidaritas*), mampu mempengaruhi orang lain, mendidik, menghibur, hingga memberikan informasi. Dalam komunikasi publik sangat mudah untuk menggolongkan seorang diri dengan kelompok orang banyak, sehingga menjadi mudah pula ketika terpengaruh oleh suatu kelompok. Misalnya seperti kuliah umum, ceramah atau khotbah yang dilakukan pada suatu tempat yang terbuka dan dihadiri orang banyak.

Komunikasi massa yang berfungsi dalam menyebarluaskan sebuah informasi, membentuk opini publik, hiburan, dan lain sebagainya. Namun, kenyataannya saat ini melihat perkembangan teknologi komunikasi yang pesa terutamanya dalam bidang pandang dengar (*audio visual*) dan media penyiaran, berdampak pada komunikasi media massa yang mengalami perubahan.

2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarbudaya

2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya adalah proses dari penyampaian informasi terkait kebudayaan. Terbentuknya kebudayaan dapat berawal dari pengalaman, pikiran, kebiasaan, atau kepercayaan. pada suatu kebiasaan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat menjadikan tradisi yang akhirnya dilakukan secara turun temurun. Budaya menciptakan suatu nilai-nilai atau kegiatan sosial yang dapat bertukar dan berperilaku dalam hubungan antar manusia baik sebagai individu maupun anggota masyarakat lainnya.

Menurut (Liliweri, 2002:14) dalam komunikasi antarbudaya pasti melibatkan beberapa istilah atau konsep yang berulang-ulang, seperti komunikasi, budaya, komunikasi antarbudaya, komunikasi lintas budaya, etnik dan ras, etnosentrisme, rasisme, dan multikultural.

Menurut Thwaites et al (2001) yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku komunikasi antar budaya di era budaya siber, menjelaskan bahwa dalam budaya terdapat sekumpulan interaksi sosial dalam prosesnya terdapat makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan. Makna inilah yang dapat membentuk tataran komunikasi baik komunikasi antar individu maupun kelompok (Nasrullah, 2012).

Komunikasi menjadi jembatan bagi masyarakat dalam melestarikan kebudayaan, dalam menandai komunikasi antar budaya yaitu sumber dan penerimanya berkaitan dengan perbedaan kebudayaan. Pada konteks komunikasi antarbudaya dapat disadari bahwa manusia selalu berkomunikasi dengan sesamanya melintasi ruang dan waktu (konteks).

2.2.3.2 Karakteristik Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya memiliki ciri-ciri yang sangat khas dalam kegiatan komunikasi dimana terjadi antara individu atau kelompok dengan perbedaan budaya. komunikasi antarbudaya memiliki karakteristik yang mencerminkan tantangan dan dinamika yang ada dalam kegiatan lintas budaya, dalam karakteristik dimana menjadi pembeda dalam komunikasi antarbudaya yang memiliki ketentuan perbedaan budaya, adaptasi, keterbatasan bahasa, kesalahpahaman, hingga pertukaran budaya.

Menurut Toomey (2013) yang dikutip oleh Turistiati dan Andhita dalam bukunya Komunikasi Antarbudaya Panduan Komunikasi Efektif antar Manusia Berbagai Budaya mengatakan ada beberapa karakteristik komunikasi antarbudaya yaitu (Turistiadi & Andhita, 2021:16):

1. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran simbolis. Dalam kontak antarbudaya, pertukaran simbolis verbal dan non-verbal merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari.
2. Komunikasi antar budaya merupakan proses *irreversible*, yakni pesan tidak dapat sama dalam bentuk dan isinya jika dilakukan dalam waktu yang berbeda. Begitu pula dengan makna pesan yang dipersepsikan oleh satu sama lain.
3. Komunitas budaya yang berbeda dipahami sebagai konsep yang luas. Maka komunitas budaya memiliki batasannya masing-masing.
4. Karakteristik komunikasi budaya menegosiasikan makna bersama
5. Komunikasi antarbudaya terjalin dalam situasi interaktif.

2.2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

2.2.4.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah proses komunikasi yang terjadi pada suatu kumpulan orang-orang yang memiliki maksud dan tujuan yang sama, dan berlangsung antara tiga orang atau lebih dimana anggota-anggotanya terhubung dan berinteraksi satu sama lain. Dalam setiap komunikasi kelompok dimana setiap anggotanya harus dapat mengukur umpan balik secara verbal maupun nonverbal.

Adapun komunikasi kelompok skala kecil yang dikemukakan (Cangara, 2022:67) mengatakan bahwa di dalam komunikasi kecil dan terjadi di banyak kalangan yang dinilai sebagai tipe komunikasi antarpribadi. Hal tersebut dapat terjadi jika didalamnya terlibat pertama, anggota-anggotanya berkomunikasi secara tatap muka. Kedua, penyampaian opini dapat tersampaikan secara acak yang dimana semua peserta dapat berbicara dalam kedudukan yang sama. Ketiga, sumber dan penerima sulit diidentifikasi.

Adapun Komunikasi kelompok Besar yang dipaparkan oleh Teddy Dyatmika, mengatakan bahwa komunikasi kelompok besar adalah suatu proses komunikasi yang melibatkan banyak dalam jumlah besar. Dalam komunikasi kelompok besar kemungkinan adanya umpan balik komunikator dan penerima pesannya relatif kecil seperti misalnya ketika konferensi, muktamar, atau kongres yang dihadiri orang dalam jumlah besar (Dyatmika, 2021:51).

Komunikasi kelompok dapat ditemukan di lingkungan sehari-hari kita, karena manusia sebagai makhluk sosial yang dimana manusia cenderung hidup dalam kelompok. Menurut Burhana Bungin yang dikutip oleh Redi Panuju dalam buku Pengantar Ilmu Studi Komunikasi, menyatakan bahwa komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian orang. Sejak lahir manusia telah bergabung dengan kelompok primer yang paling dekat, yaitu keluarga. Lalu seiring berjalannya waktu hidup manusia yang terus berkembang, menjadi kelompok sekunder seperti sekolah, lembaga agama, dan tempat kerja (Redi Panuju, 2018:70).

2.2.4.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Fungsi Komunikasi Kelompok adalah untuk saling menguatkan hubungan sosial dalam pertukaran informasi. Komunikasi dalam kelompok sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan-pesan diperoleh secara timbal balik dan dilakukan upaya untuk memelihara hubungan tetap harmonis dan menjaga keberlangsungan komunikasi yang efektif.

Menurut (Daryanto, 2014:93-94) menyatakan bahwa pada suatu kelompok dalam masyarakat terdapat fungsi-fungsi yang akan dilaksanakan, hal tersebut mencakupi fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecah masalah dan pembuat keputusan, serta fungsi terapi. Fungsi tersebut dapat dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat, dengan manfaatnya yang dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat baik secara kolektif atau pun individu. Terdapat penjelasan dari fungsi-fungsi tersebut yakni sebagai berikut:

1. Hubungan sosial

Dalam suatu kelompok mengartikan bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya.

2. Pendidikan

Sebuah kelompok secara formal maupun nonformal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuannya. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan dari para anggota kelompok dapat terpenuhi. Namun komunikasi kelompok akan berjalan sesuai yang diharapkan atau tidak dapat dilihat dari tiga faktor lain yaitu jumlah informasi baru, jumlah partisipan dalam kelompok, serta frekuensi interaksi para anggotanya.

3. Persuasi

Seorang anggota kelompok yang berupaya mempersuasif anggota lainnya.

Seseorang yang terlibat dalam usaha persuasif di suatu kelompok dapat membawa resiko untuk tidak diterima oleh anggota lainnya.

4. Pemecah Masalah

Berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuat keputusan (*decision making*) berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi.

5. Terapi

Fungsi dari kelompok untuk membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu diri sendiri bukan hanya membantu kelompok mencapai konsensus.

2.2.4.3 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Daryanto mendefinisikan karakteristik pada komunikasi kelompok yaitu:

“Pada kelompok baik primer maupun sekunder dalam keberadaanya memiliki karakteristik tertentu. Karenanya, memahami karakteristik yang ada merupakan langkah pertama untuk bertindak lebih efektif dalam suatu kelompok dimana kita ikut terlibat di dalamnya. Ada dua karakteristik yang melekat pada suatu kelompok, yaitu norma dan peran” (2014:91-92)

Daryanto menjelaskan secara rinci terkait norma dan peran dalam komunikasi kelompok, definisi dari kedua karakter tersebut sebagai berikut:

1. Norma

Persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu dengan lainnya. Kadang-kadang norma oleh para sosiologi disebut juga dengan ‘hukum’ (*law*) atau ‘peraturan’ (*rule*), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas untuk dilakukan dalam suatu kelompok. Ada tiga kategori norma kelompok, yaitu norma sosial, prosedural dan tugas.

2. Peran

Pada norma yang diberi batas sebagai ukuran kelompok yang dapat diterima, maka peran (*role*) merupakan pola-pola perilaku yang diharapkan dari setiap anggota kelompok. Ada dua fungsi peran dalam suatu kelompok, yaitu fungsi tugas dan fungsi pemeliharaan.

Menurut Robert B Maddux yang dikutip oleh Redi Panuju dalam bukunya Pengantar Studi Ilmu Komunikasi, menyatakan bahwa sebuah tim yang efektif apabila semua anggota menjalankan peran khusus sesuai dengan bakat terbaiknya (Panuju, 2018:74).

Ciri lain dari komunikasi kelompok adalah adanya pembagian peran sesuai kesepakatan. Ini mencakup individu yang bertindak sebagai penggerak utama yang tentunya penuh semangat, melihat kelompoknya sebagai keluarga kedua, dan menghargai pentingnya hubungan tersebut. Adapun individu-individu yang lebih senang diam, menyerahkan keputusan pada anggota lain dan menjalani aktivitas kelompok ala kadarnya. Hal tersebut biasanya disebut sebagai golongan pemencil.

2.2.5 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.2.5.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah bagian dari berjalannya komunikasi yang seperti apa, diperlukannya strategi komunikasi dengan proporsi yang baik dan benar maka proses komunikasi akan berjalan secara efektif dan mendapati feedback yang diinginkan. Dalam strategi komunikasi dapat menjadikan model dalam berkomunikasi bagi seorang komunikator ketika menyampaikan informasi atau suatu pesan yang akan disampaikan. Strategi komunikasi menjadi peran dalam perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) pada dua poin tersebut dapat mencapai suatu tujuan, dalam mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya menjadi peta jalan ketika menunjukkan arah, namun dapat juga menunjukkan taktik secara praktis.

Menurut Rogers yang dikutip oleh Cangara dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi mengatakan dalam strategi komunikasi terdapat suatu rancangan yang bertujuan untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi yaitu perpaduan yang sempurna terhadap semua elemen komunikasi dari mulai komunikator, pesan, saluran penerima, hingga efek dalam mencapai suatu tujuan hasil komunikasi yang baik (Cangara, 2020a:64).

Menurut Anwar Arifin dikutip oleh Asriwati dalam buku Strategi Komunikasi mengatakan bahwa terdapat dua langkah penting yang harus dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi yaitu (Asriwati, 2021:6).

1. Mengenal khalayak penerima pesan. Dimana dalam poin ini menjelaskan bahwa komunikator dapat menjadikan komunikasi yang dilakukan dapat berjalan secara efektif. Pemahaman dalam karakteristik khalayak penerima pesan atau penerima pesan dapat membuat komunikator dapat menata pesan sesuai dengan yang disukai oleh segmen khalayak tertentu.
2. Menyusun pesan yang menarik perhatian khalayak. Poin ini menyatakan bahwa setiap perhatian dari khalayak terhadap suatu pesan yang akan disampaikan yang sangat penting sehingga pesan dapat mencapai tujuannya. Adanya strategi dalam berkomunikasi dapat membuat hasil dari pesan atau proses penyampaian pesan akan tertata dengan baik dan benar, hal tersebut yang harus dimiliki oleh seseorang dalam menggunakan komunikasi. Dalam strategi komunikasi terdapat manajemen untuk mencapai suatu tujuan, manajemen yaitu suatu proses yang didalamnya terdiri dari pengarahan, pengendalian, dan perencanaan melalui pemanfaatan dari sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien.

2.2.5.2 Fungsi Strategi

Strategi komunikasi menjadikan sebuah proses komunikasi dapat berjalan dengan baik, diaman strategi komunikasi harus dilakukan dalam melancarkan pengiriman sebuah pesan atau informasi pada penerima. Peran strategi komunikasi dapat menjadi penentu sebuah komunikasi akan berjalan secara efektif atau tidak.

Menurut Onong Uhjana (2009) menjelaskan pentingnya strategi komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, diperlukan kemampuan dalam menggambarkan bagaimana cara melakukannya secara praktis. Hal ini bukan

sekedar memberikan panduan atau arahan, namun tetap harus bisa menunjukkan langkah-langkah konkret yang harus diambil. menyatakan bahwa terdapat makna strategi yang melibatkan gabungan antara merencanakan komunikasi dan mengelola komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Selain itu strategi komunikasi harus memperhatikan cara operasionalnya yang dapat diterapkan secara praktis, pendekatan yang digunakan dapat bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi yang sedang terjadi (Effendy, 2009:31)

2.2.5.3 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memiliki tujuan komunikasi menjadi aspek krusial dalam strategi komunikasi karena aspek yang bersangkutan dengan audiens sebagai target komunikasi.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas dikutip oleh Onong Uchjana dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyatakan terdapat tiga tujuan sentral kegiatan komunikasi yaitu (Effendy, 2009).

1. *To secure understanding*, memberikan dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan serta dipahami oleh penerima pesan. Komunikator sebaiknya menggunakan struktur bahasa yang sederhana dalam memudahkan pemahaman oleh penerima pesan.
2. *To establish acceptance*, setiap penerima pesan menerima dan memahami pesan yang disampaikan, langkah berikutnya adalah membina penerima pesan.
3. *To motivate action*, mendorong orang yang menerima pesan dalam bertindak sesuai dengan harapan komunikator yang merupakan tanda

dari komunikasi yang efektif, hal tersebut adalah tindakan yang diambil oleh komunikator berdasarkan semangat dalam menunjukkan keberhasilan komunikasi.

2.2.6 Tinjauan Tentang Kebudayaan

2.2.6.1 Definisi Kebudayaan

Kebudayaan adalah kumpulan suatu tradisi, norma, nilai, hingga suatu praktik yang dimiliki serta dipertahankan oleh suatu kelompok masyarakat. Dalam kebudayaan mencakup berbagai hal dari mulai bahasa, seni, agama, dan bagaimana cara menjalani kehidupan sehari-harinya. Kebudayaan seperti sebuah alat konseptual dalam melakukan analisis dan penafsiran, dengan adanya keberadaan budaya menjadi sangat penting bagi masyarakat karena dapat memberikan identitas daerah dan masyarakatnya sendiri. Selain itu, dalam kebudayaan mengandung norma dan nilai-nilai yang menjadi pedoman serta menjadi penguat ikatan sosial melalui berkomunikasi, berinteraksi, dan mengekspresikan diri.

Manusia yang menciptakan kebudayaan dan tujuan utamanya adalah kebudayaan menjadi cara untuk mempertahankan hidupnya di bumi ini, kebudayaan tidak akan hadir dengan sendirinya namun ada pendorong yang melalui manusia hingga menjadi komunitas sosial. Hal itu menjadikan sesama manusia saling mendukung dan mempertahankan kebudayaan.

Menurut Koentjaraningrat yang dikutip oleh Normina dalam jurnal Pendidikan Dalam Kebudayaan mengatakan bahwa dalam kebudayaan ada tiga bentuk (Normina, 2017:20) yaitu:

- a. Wujud kebudayaan sebagai suatu kelompok dari ide, gagasan, nilai, norma, peraturan, dan lain sebagainya.
- b. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat.
- c. Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Pada pernyataan diatas dapat dipahami bahwa adanya kebudayaan berasal dari aktivitas sehari-hari manusia. Manusia yang saling berinteraksi serta membentuk suatu kelompok dan pada kegiatannya menghasilkan kebudayaan yang harus dilestarikan.

Menurut Takaria et al dalam bukunya yang berjudul Masyarakat Kesenian Di Indonesia menunjukkan definisi kebudayaan terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi yang diperoleh dan terutama diturunkan oleh simbol-simbol yang menyusun pencapaiannya secara tersendiri dari kelompok-kelompok manusia, termasuk di dalamnya perwujudan benda-benda materi. (Takari et al., 2008:28)

Adapun kebudayaan yang didalamnya terdapat unsur-unsur sehingga dapat membentuk sebuah keseluruhan yang utuh dan bersifat sebagai kesatuan yang menyatu. Unsur-unsur yang terdapat dalam kebudayaan yaitu sistem kemasyarakatan, pengetahuan, bahasa, kesenian, religi, mata pencaharian, dan perlengkapan hidup manusia. Dalam unsur-unsur terbagi lagi menjadi unsur yang dapat berubah seperti, seni, bahasa, dan teknologi serta unsur yang tidak dapat diubah seperti, sistem sosial, sistem pengetahuan, dan agama.

Maka dari itu dengan memiliki kebudayaan yang beragam budaya dan menjadikan tanggung jawab bagi masyarakat dalam mempertahankan dan melestarikan kebudayaan-kebudayaan Indonesia. Seperti halnya yang dilakukan masyarakat Dusun Cibogo dalam mempertahankan kebudayaannya dengan cara didirikannya sebuah paguyuban yang dimana tujuan dari adanya paguyuban tersebut untuk melestarikan kebudayaan, khususnya kebudayaan seni daerah yaitu wayang golek.

2.2.6.2 Kebudayaan Sunda

Keberadaan Sunda yang terletak di wilayah Jawa Barat Indonesia, memiliki kaitan erat dengan kebudayaan dan sehingga kebudayaan mengiringi kehidupan masyarakat Sunda. Adat dan kebudayaan Sunda mencakup berbagai aspek kehidupan yaitu upacara adat, musik, tari, seni, bahasa, dan tentunya makanan tradisional yang melegenda. Kebudayaan Sunda yang merupakan bentuk identitas dan memiliki nilai-nilai yang harus dipertahankan, kebudayaan sebagai warisan dari leluhur yang harus tetap diterapkan dari generasi ke generasi.

Saat ini, masyarakat Sunda selalu menerapkan dan mempertahankan kebudayaannya melalui aktivitas-aktivitas sehari-harinya bahkan dalam kegiatan besar pun masyarakat Sunda selalu menyelipkan kebudayaan dalam kegiatannya. Hal tersebut bagian dari cara mereka dalam mempertahankan dan melestarikan kebudayaannya, seperti pernikahan, pertanian, hingga keagamaan masih tetap dijalankan dengan tradisi yang diwariskan oleh nenek moyang. Secara keseluruhan, masyarakat Sunda memiliki sikap yang kuat terhadap adat dan kebudayaannya. Dengan mempertahankan tradisi-tradisi tersebut sebagai bagian integral dari

identitas dan kehidupan masyarakat sunda. salah satu lainnya kebudayaan yang dikenal oleh masyarakat luar adalah keseniannya.

Gambar 2.2
Jumlah Warisan Budaya

JUMLAH WARISAN BUDAYA TAK BENDA PER PROVINSI

Show entries Search:

No	Nama Provinsi	Total
1	D.K.I. Jakarta	77
2	Jawa Barat	120
3	Jawa Tengah	130
4	D.I. Yogyakarta	176
5	Jawa Timur	99
6	Aceh	68
7	Sumatera Utara	35
8	Sumatera Barat	95
9	Riau	66
10	Jambi	58
TOTAL SEMUA		1.939

(Sumber: Kemendikbudristek, 2024)

Dapat dilihat dari data diatas, Jawa Barat berada di posisi ketiga sebagai provinsi yang memiliki warisan budaya. Data tersebut menunjukkan bahwa Pemerintahan Daerah Provinsi Jawa Barat sangat peduli dalam melindungi warisan budaya agar tetap diingat dan dijaga, serta tidak terlupakan bahkan tertinggal. Dengan keberagaman yang dimiliki adat sunda menjadi pendorong untuk kebanggaan budaya hingga menjadikan tanda pengenal bagi masyarakat luar terhadap masyarakat jawa barat.

Kesenian sunda yang mencakup berbagai aspek seni dan budaya termasuk seni pertunjukan yaitu musik, tari, seni rupa, sastra dan lain sebagainya. Kesenian sunda yang dikenal oleh masyarakat lain seperti wayang golek, musik degung, tari jaipong dan lain lainnya. Kebudayaan yang menjadi identitas, terjadi pada

kebudayaan sunda dimana kesenian sunda yang dikenal luas yaitu wayang golek menjadi ciri khas kesenian daerah sunda.

2.2.7 Tinjauan Tentang Kesenian Tradisional Wayang Golek

Wayang adalah salah satu karya seni masyarakat Indonesia, penampilan wayang dapat dilihat dari dua aspek penting yaitu *estetik* (keindahan) dan etis atau moral. Penampilan wayang memberikan keindahan melalui seni rupa, seni gerak atau sabet, seni suara dan lain sebagainya. wayang yang berwujud seperti boneka tiruan terbuat dari pahatan kayu yang difungsikan sebagai objek dalam memerankan sebuah tokoh dalam pertunjukan drama tradisional. Pertunjukan wayang melibatkan seseorang di belakang layar yang sering disebut sebagai dalang, dalang ini berperan penting dalam pertunjukan karena sebagai pengendalian wayang golek.

Wayang golek adalah kesenian tradisional yang berasal dari jawa barat, wayang golek adalah salah satu kesenian yang masih tetap eksis ditengah masyarakatnya. Seni pertunjukan wayang sudah ada sejak ratusan tahun lalu, Munculnya wayang golek tidak luput dari keberadaanya wayang kulit, awal sejarah terciptanya wayang golek, sekitar abad ke-16 penciptanya ialah Pandeman Ratu, Pandeman Ratu adalah cicit dari sunan gunung jati dari cirebon. Wayang golek disempurnakan oleh Ki Dalam Karanganyar membuat wayang golek dengan bentuk animasi 3 dimensi. Selain itu pertama kali pertunjukan wayang golek didalangi oleh Ki Dipoguno dari jawa barat bandung.

Pertunjukan wayang golek disertai oleh serangkaian gamelan lengkap dengan penyinden, namun tidak menggunakan layar sehingga penonton dapat secara langsung melihat karakter wayang yang dimainkan oleh dalang, bukan hanya bayangan. Wayang golek tersebar hampir diseluruh jawa barat, ada beberapa ciri khusus dalam wayang golek, dimana kepala wayang dapat diputar ke kiri dan kekanan serta badan ke atas dan kebawah selain itu tangan yang dapat digerakan secara leluasa untuk menirukan orang menari atau melakukan gerakan bela diri.

Menjadi suatu kebanggan dalam kesenian budaya dimana kesenian wayang golek telah diakui sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO salah satu institusi yang membidangi kebudayaan dibawah naungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Penghargaan yang tercantum pada piagam yang bernama “A Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity” penghargaan yang dapat mengangkat citra baik bagi Indonesia dimata dunia Internasional (*Komisi X Dukung Wayang Tetap Lestari Dan Eksis Di Indonesia, 2023*).

Kesenian wayang menjadi simbol kebudayaan Indonesia dan mampu membangkitkan rasa kebersamaan dan persatuan. Oleh karena itu, sangat diperlukan dalam menjunjung tinggi melestarikan kebudayaan dan mengembangkan seni wayang dan kebudayaan seni lainnya, di tengah kemajuan modernisasi ini.

2.2.8 Tinjauan Tentang Paguyuban

Paguyuban kesenian adalah titik suatu perkumpulan yang memiliki maksud dan tujuan yang sama, merupakan wadah bagi orang-orang yang memiliki minat dan kecintaannya terhadap seni berkumpul, berkolaborasi, dan berkreasi bersama.

Menurut Trisni Andayani dalam buku yang berjudul Pengantar Sosiologi mengatakan bahwa Paguyuban adalah bentuk kehidupan bersama dimana dalam anggota-anggotanya terjalin hubungan batin yang tulus, alami, dan rasional. (Andayani et al., 2020:183)

Paguyuban kesenian adalah sebuah organisasi informal didasarkan yang memiliki asas cinta kasih persaudaraan, solidaritas, dan toleransi. Perkumpulan ini menekankan pentingnya memanfaatkan segala perbedaan yang ada untuk mencapai tujuan bersama. Dalam paguyuban, biasanya para anggotanya menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan saling menghargai. Memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan yang harmonis dan produktif, paguyuban kesenian sebagai wadah untuk memupuk persaudaraan dan kebersamaan di antara para anggotanya, dengan tetap fokus pada pencapaian tujuan-tujuan kolektif dalam bidang seni dan budaya.

Menurut Pujiwiyana dalam bukunya yang berjudul Pembinaan Paguyuban Seni Tradisional mengatakan bahwa:

“sanggar identik dengan kegiatan belajar pada suatu kelompok masyarakat yang mengembangkan suatu bidang tertentu termasuk seni tradisional. Adapun sanggar juga merupakan suatu bentuk lain dari pendidikan nonformal, yang mana bentuk pendidikan tersebut diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat”. (Pujiwiyana, 2010:21)

Sama halnya dengan sanggar seni memiliki maksud dan tujuan yang sama yaitu untuk melestarikan, mengembangkan, dan mempromosikan seni. Namun, keduanya berbeda dalam segi kegiatan dan struktur organisasinya. Sanggar seni biasanya memiliki struktur yang lebih formal dan terorganisir dengan baik.

Kegiatan sanggar seni cenderung lebih disiplin dan terarah, dengan aturan yang jelas dan program yang telah direncanakan sebelumnya.

Dengan demikian sanggar seni dan paguyuban seni memiliki tujuan yang sama dalam mendukung dan mengembangkan seni. Sanggar seni memberikan struktur dan kepastian dalam belajar dan berkarya, sedangkan paguyuban seni menawarkan kebebasan dan fleksibilitas untuk berkreasi dan berkolaborasi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha mengulas isu utama dari penelitian ini, dengan membahas sub fokus yang menjadi inti permasalahan pada penelitian ini. Kerangka pemikiran disini mencakup penerapan teori-teori pendukung yang relevan dan berkaitan dengan studi. Tujuan dari penggunaan teori teori tersebut adalah untuk mengarahkan dan memusatkan perhatian pada isu yang akan diteliti oleh peneliti.

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah alat yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis perencanaan dan berargumentasi kecenderungan kemana asumsi akan diarahkan. dalam kerangka pemikiran ini, terdapat esensi dari paparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah penelitian sehingga didasarkan pada teknik pengutipan yang sesuai.

Penelitian ini menggunakan teori deskriptif sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Menurut Indrawati Mengatakan peneliti memulai penelitiannya dengan mengumpulkan data dari lapangan dan kemudian berusaha memunculkan proposisi, model, hipotesis, dan akhirnya teori berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. (Indrawati, 2018:107).

Berdasarkan definisi Strategi Komunikasi di atas, untuk menghasilkan Strategi Komunikasi Paguyuban Panglawungan Sawargi Dusun Cibogo Desa Sukasari Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang Dalam Melestarikan Kebudayaan Seni Wayang Golek. Peneliti melakukan analisis berdasarkan data yang terkumpul, baik dari observasi langsung maupun interaksi dengan responden melalui empat langkah strategi komunikasi yang disampaikan oleh Hafied Cangara dalam buku yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” yang menjadi subfokus dalam penelitian untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti.

1. Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas. Komunikasi karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik maka kesalahan utama bersumber dari komunikator. Karena komunikator lah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi. Komunikator memegang peranan yang sangat penting, untuk itu seorang komunikator akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus

terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas (Cangara, 2020:133)

Pada tahap ini komunikator sebagai pelaksana strategi komunikasi yang bertugas dalam proses menyampaikan informasi kepada khalayak sehingga proses tersebut menjadi strategi komunikasi bagi Paguyuban Panglawungan Sawargi Dusun Cibogo Kabupaten Sumedang Dalam Melestarikan Kesenian Sunda Wayang Golek. Melalui proses komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator dapat menyampaikan informasi kesenian wayang golek pada masyarakat sekitar.

2. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besar biaya, waktu, dan tenaga yang dilakukan untuk mempengaruhi mereka. Namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia (Cangara, 2020:136).

Pada tahapan ini adalah tahapan dalam menetapkan target sasaran, menyesuaikan kebutuhan masyarakat dusun Cibogo dalam memahami dan mempelajari kesenian wayang golek. Sehingga pada saat penyampaian pesan dapat menyesuaikan target komunikasi dalam memberikan informasi yang akan disampaikan pada khalayak.

3. Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna (Cangara, 2020c:139)

Penyampaian pesan sangat tergantung pada program yang akan disampaikan. Program yang bersifat komersial untuk mengajak khalayak agar terpengaruh, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif. Sedangkan jika program yang sifatnya menyeluruh untuk menyadarkan khalayak maka sifat pesannya persuasif deduktif. Dan jika program yang hanya disampaikan sifatnya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya bersifat informatif (Cangara, 2020d:140)

Pada tahap ini Paguyuban Panglawungan Sawargi menyampaikan pesan yang bertujuan untuk mengetahui dan menyadarkan terhadap kesenian wayang golek yang harus dilestarikan. Maka dari itu program dalam penyampaian pesan harus bersifat persuasif dan edukatif, persuasif yaitu pesan yang memiliki sebuah proposisi dan pada setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan pada masyarakat selain itu edukatif yaitu pesan yang bersifat mendidik yang memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu namun dapat melakukan apa yang telah diketahuinya.

4. Memilih Media dan Saluran Komunikasi

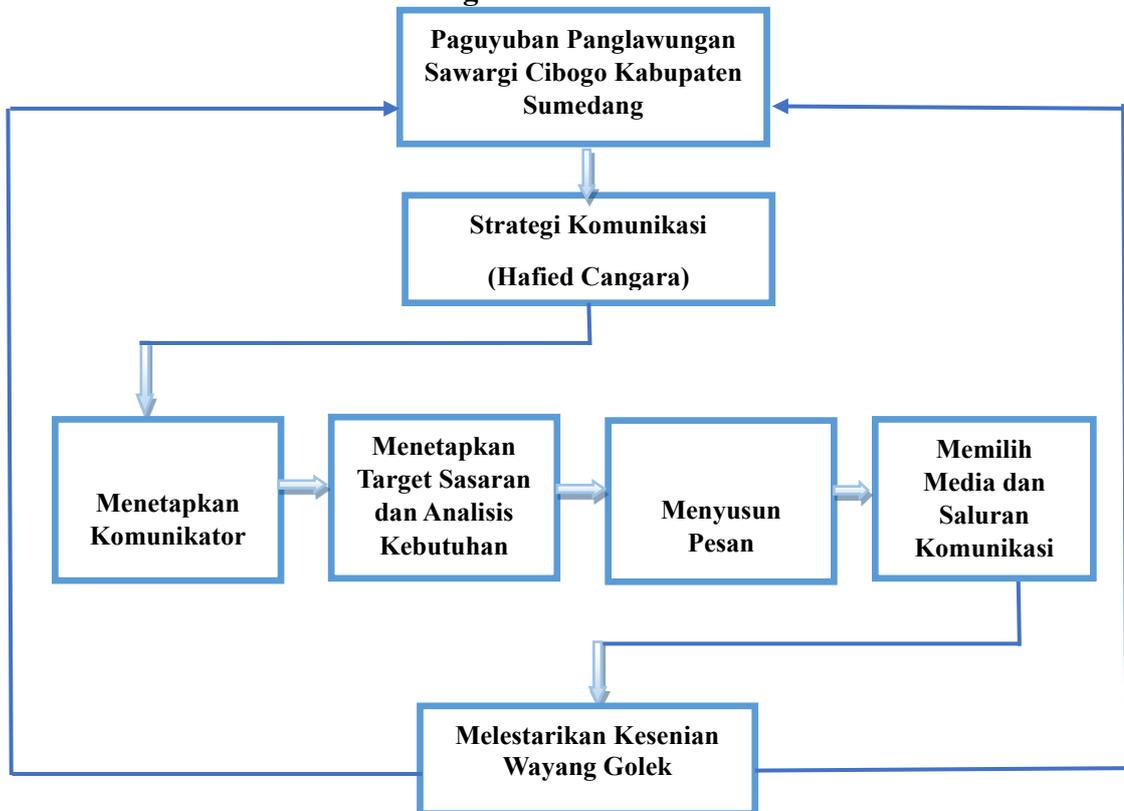
Pengetahuan tentang kepemilikan media di kalangan masyarakat harus diketahui lebih dulu berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan. Hal ini penting untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu, dan

tenaga. Tidak ada gunanya memakai media televisi jika siaran yang dimaksud tidak diterima oleh masyarakat dan tidak ada artinya menggunakan media surat kabar untuk masyarakat yang tidak tahu membaca (Cangara, 2020e:146).

Pada tahap ini pemilihan media komunikasi harus dipertimbangan dengan cermat sesuai dengan karakteristik konten dan tujuan pesan yang hendak disampaikan. Khususnya dalam konteks penelitian ini, menggunakan media massa yang memiliki peran signifikan sebagai saluran untuk menyampaikan pesan melalui kesenian wayang golek kepada masyarakat dusun cibogo. Salah satunya dengan mengadakan pagelaran seni melalui pementasan secara langsung.

Melestarikan kesenian wayang golek yaitu sebagai proses dalam mempertahankan pengetahuan dan eksistensi kebudayaan seni wayang sunda. Oleh karena itu, dengan upaya yang konsisten dan kreatif kesenian wayang golek dapat terus hidup dan berkembang serta dapat memberikan manfaat yang edukatif.

Gambar 2.3
Alur Kerangka Pemikiran Peneliti



(Sumber: Penelitian, 2024)