

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan langkah umum yang ditempuh untuk memperoleh teori yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Ini melibatkan pencarian berbagai penelitian terkait yang kemudian dipertimbangkan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Proses ini mencakup pengidentifikasi secara sistematis, penemuan, dan analisis dokumen yang mengandung informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Dari hasil studi pustaka, peneliti menemukan beberapa tinjauan dan referensi penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Studi penelitian terdahulu memiliki peranan yang sangat penting sebagai pedoman referensi yang membantu peneliti dalam merumuskan gambaran dasar dan mengembangkan penelitian yang sedang peneliti kerjakan.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang peneliti jadikan sebagai referensi.

**Tabel 2. 1**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti & Universitas	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Alfian Budi Setiawan (Universitas Muhammadiyah Jember) 2019	Komunikasi Organisasi Komunitas Sepeda Gunung ( <i>Adventure Freedom Bike</i> ) Bondowoso Dalam Mempertahankan Eksistensi Diri	Metode penelitian kualitatif dan menggunakan studi kasus.	Penelitian ini menghasilkan bahwa komunikasi organisasi komunitas <i>Adventure Freedom Bike</i> berupa kolaboratif, partisipatif, dan komunikasi interpersonal yang baik antar anggotanya dapat mempertahankan eksistensi diri.	Terdapat perbedaan dalam metodologi penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan metodologi pendekatan studi kasus, sedangkan peneliti menggunakan studi deskriptif
2.	Annisa Silmie Azhari (Universitas Komputer Indonesia) 2019	Strategi Komunikasi Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Radio Republik Indonesia Bandung Melalui <i>Event</i> Bintang Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Masyarakat	Metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif.	Penelitian ini menunjukkan Identifikasi Khalayak Bidang Layanan Pengembangan Usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui <i>event</i> Bintang Radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat mempunyai sasaran khalayak masyarakat Jawa Barat mengidentifikasi segmentasi masyarakat	Terdapat perbedaan dalam bidang organisasi yang menjadi objek penelitian. Penelitian tersebut meneliti mengenai usaha radio sedangkan peneliti meneliti komunitas.

3.	Fasya Fadilah Arselan (Universitas Komputer Indonesia) 2021	Pola Komunikasi Komunitas <i>Beatboys</i> Dalam Mempertahankan Eksistensinya.	Metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi dalam komunitas <i>Beatboys</i> mencakup dari Proses Komunikasi, Hambatan Komunikasi dan Motif komunikasi, hal tersebut yang membuat komunitas <i>Beatboys</i> bisa tetap mempertahankan Eksistensinya di Kota Bandung.	Terdapat perbedaan dalam fokus penelitian yaitu penelitian tersebut mengenai pola komunikasi komunitas, sedangkan peneliti mengenai strategi komunikasi komunitas.
4.	Muhammad Azhar Pratama (Universitas Andalas) 2023	Penggunaan Media Sosial Dalam Membangun Eksistensi Kebudayaan Tradisional Bagi Komunitas Seni Silih Galanggang	Metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa penelitian ini dianalisis menggunakan Teori Medium atau yang biasa disebut Teori Ekologi Media agar dapat mengetahui bagaimana penggunaan media dan ekosistemnya pada komunitas tersebut. Pada penelitian ini Komunitas Seni Silih Galanggang menggunakan media sosial berupa Instagram, Whatsapp, dan Tiktok yang mana kemudian terbentuklah sebuah ekosistem dan interaksi media sosial didalamnya yang dapat membangun eksistensi.	Terdapat perbedaan dalam fokus penelitian yaitu penelitian tersebut berfokus kepada penggunaan sosial media komunitas, sedangkan peneliti berfokus pada strategi komunikasi komunitas.

5.	Nahla Karima (UPN Veteran Jakarta) 2022	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI ORGANISASI (Studi Jaringan Komunikasi pada Unit Kegiatan Mahasiswa: UPN Fotografi & Videografi Veteran Jakarta dalam Mengikuti Jambore Fotografi Mahasiswa Indonesia)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran kuantitatif – kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme sosial. Serta, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis jaringan komunikasi	Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi komunikasi yang berjalan di UFO Veteran dalam mengikuti JFMI dari tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga pelaporan, dapat dikatakan belum optimal dalam meningkatkan eksistensi organisasi.	Terdapat perbedaan pada metodologi penelitian tersebut yaitu menggunakan metode penelitian campuran kuantitatif – kualitatif deskriptif
----	---	---	--	--	---

*Sumber: Peneliti, April 2024*

## 2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

### 2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Bahkan, kemampuan untuk berkomunikasi telah menjadi fenomena yang penting dalam membentuk masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana setiap individu dalam masyarakat saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, mendefinisikan Komunikasi sebagai Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "communicatio" yang berasal dari kata "communis" yang artinya sama. Dalam konteks ini, "sama" merujuk pada kesamaan makna. Jadi, ketika dua individu berkomunikasi, seperti dalam percakapan, komunikasi terjadi saat terdapat kesamaan makna terkait dengan apa yang dibicarakan (Effendy, 2019).

Banyak definisi komunikasi yang diungkapkan oleh para ahli komunikasi, seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip dalam buku “Interpersonal Skill (Tips Membangun Komunikasi dan Relasi)” oleh Manap Solihat, Melly Maulin Purwaningwulan dan Olih Solihin, yaitu suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar asas-asas tersebut disampaikan informasi serta dibentuk pendapat dan sikap. (Solihat dkk., 2015:3).

Sejumlah ahli telah mengemukakan pandangan mereka mengenai definisi komunikasi. Menurut Harold Laswell, komunikasi adalah proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan menciptakan efek tertentu. Pendapat Keith Davis menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lainnya. Louis Forsdale menggambarkan komunikasi sebagai proses memberikan sinyal sesuai dengan aturan tertentu, yang memungkinkan sistem untuk didirikan, dipelihara, dan diubah. Sinyal yang dimaksud dapat bersifat verbal maupun nonverbal, namun tetap mengikuti aturan yang telah ditetapkan. Murphy dan Mendelson berpandangan bahwa komunikasi adalah upaya untuk membangun dan mempertahankan organisasi, serta menghasilkan energi dalam prosesnya. Sementara itu, menurut John R. Wenburg dan William W. Wilmot, komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna dari suatu pesan. Dengan demikian, definisi komunikasi dapat dipahami dari beragam perspektif yang disampaikan oleh para ahli tersebut.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah upaya seseorang dalam menyampaikan informasi kepada orang lain dengan maksud agar pesan tersebut dapat dipahami, sehingga terjadi interaksi timbal balik antara komunikator dan penerima pesan.

### **2.1.2.2 Komponen Komunikasi**

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang didalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut Effendy, ruang lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari, komunikator, pesan, media, komunikan dan efek (Effendy, 2019).

- a. Komunikator (*communicator*) Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. Dalam komunikator menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan menjadi komunikator. Syarat- syarat yang perlu diperhatikan oleh seseorang komunikator adalah sebagai berikut:
  - Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya.
  - Ketrampilan berkomunikasi.
  - Mempunyai pengetahuan luas
  - Sikap
  - Memiliki daya tarik dalam arti ia memiliki kemampuan

untuk melakukan sikap atau penambahan pengetahuan bagi diri komunikan.

Komunikator yang memiliki ciri diatas dapat dipastikan akan menyampaikan pesan dengan baik sehingga komunikasi yang berlangsung berjalan secara efektif. Peran komunikator sangat vital dalam keberlangsungan komunikasi. Seorang komunikator juga harus menjadi seorang komunikan yang baik, agar ia dapat memposisikan diri bagaimana seorang komunikator dihadapan pendengarnya.

- b. Pesan (*message*) Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.

Bentuk pesan dapat bersifat : informatif, persuasif, dan coersif.

1. Informatif, memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif lebih berhasil daripada pesan persuasif misalnya pada kalangan cendekiawan.

2. Persuasif, bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan.
3. Coersif, memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian secara ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan diantara sesamanya dan pada kalangan publik. Coersif dapat berbentuk perintah, instruksi, dan sebagainya.

Dari bentuk pesan yang ada semua disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi yang ada saat komunikasi berlangsung. Disitulah kemampuan komunikator menentukan bentuk apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pesan yang akan disampaikan juga harus direncanakan agar tujuan yang ingin dicapai sesuai kebutuhan dan menggunakan bahasa yang dimengerti. Tak hanya itu pesan juga harus mampu menarik komunikasi, misalnya pesan yang disampaikan mempunyai kedekatan emosional dengan komunikasi.

- c. Media dalam proses komunikasi yaitu, alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlangsung dalam

proses komunikasi tersebut. Selain itu, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi (Cangara, 2016). Media sangat menentukan keberhasilan suatu komunikasi. Seringkali media dalam hal ini mengalami hambatan teknis. Untuk itu sebisa mungkin hambatan yang bersifat teknis tersebut dapat diatasi ataupun diminimalisir agar komunikasi berjalan dengan efektif.

- d. Komunikan (*communicant*) Komunikan merupakan orang yang menerima pesan. Seorang komunikan yang baik akan mendengarkan komunikator dengan seksama dan tidak memotong pembicaraan yang sedang berlangsung. Saat komunikator selesai menyampaikan pesannya, komunikan dapat memberikan tanggapan/respons yang tersalurkan langsung kepada komunikator. Kejadian seperti itu dapat disebut umpan balik (*feedback*). Komunikan akan berlangsung baik jika pesan yang disampaikan sesuai dengan rangka pengetahuan dan lingkup pengalaman komunikan, demikian juga pesan harus cocok dengan lingkup pengalaman komunikan (Widjaja, 2010).
- e. Efek (*effect*) Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Jika sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai maka berarti komunikasi berhasil, demikian pula

sebaliknya Keberhasilan suatu komunikasi bisa dilihat dari efek yang dihasilkan setelah komunikasi tersebut berlangsung. Dapat dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan komunikator menimbulkan efek yang sesuai dengan apa yang diinginkannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komponen komunikasi terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang saling berkesinambungan dan saling mempengaruhi pada proses terjadinya komunikasi.

### **2.1.2.3 Fungsi Komunikasi**

Menurut Mulyana pada bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan mengenai fungsi dari sebuah peristiwa komunikasi tidaklah sepenuhnya terpisah atau independen, namun juga terkait dengan fungsi-fungsi lainnya, walaupun ada satu fungsi yang lebih dominan, antara lain (Mulyana, 2020):

#### **1. Fungsi sebagai Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun kensep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antar lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan

tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

## 2. Fungsi sebagai Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal, perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin dan benci dapat diungkapkan melalui kata-kata namun terutama lewat perilaku nonverbal.

## 3. Fungsi sebagai Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage* (upacara peralihan), mulai dari upacara kelahiran, perayaan pergantian tahun, ulang tahun, pertunangan, pernikahan dan masih banyak lagi. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat

simbolik. Ritus ritus lain seperti berdoa (sholat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera, upacara wisuda, perayaan lebaran, natal juga termasuk komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi atau agama mereka.

#### 4. Fungsi sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, dan keyakinan, dan mengubah perilaku, atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur. Bila di ringkas maka kesemua tujuan tersebut dapat di sebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang di sampaikanya akurat dan layak untuk diketahui. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan.

#### **2.1.2.4 Proses Komunikasi**

Menurut Onong Uchjana Effendy pada bukunya Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek mengutip bahwa proses komunikasi dibagi menjadi dua fase, yaitu fase primer dan fase sekunder.

##### **1. Proses komunikasi secara primer**

Proses komunikasi primer merupakan proses dimana seseorang menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada orang lain melalui penggunaan lambang sebagai media. Media primer dalam proses komunikasi melibatkan lambang-lambang seperti bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lainnya yang secara langsung dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

##### **2. Proses komunikasi secara sekunder**

Proses komunikasi sekunder adalah proses dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan memanfaatkan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Seorang yang berkomunikasi memilih menggunakan media kedua karena para penerima pesan (komunikan) berada pada jarak yang cukup jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan berbagai media lainnya kerap digunakan sebagai media kedua dalam proses komunikasi.

### **2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Kelompok**

Pada dasarnya, kelompok merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Melalui kelompok, manusia dapat saling berbagi, bertukar informasi, pengalaman, dan pengetahuan antara satu dengan yang lainnya. Kelompok adalah entitas sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih yang telah menjalin interaksi sosial secara intensif dan teratur, sehingga di dalamnya terbentuk pembagian tugas, struktur, dan norma-norma khusus yang menjadi ciri khas kelompok tersebut (Ahmadi, 2016).

Kelompok terbentuk dari adanya suatu kesamaan pada anggota kelompoknya, seperti halnya khalayak Basikal Kolektif yaitu kesamaan hobi bersepeda dan ingin bersepeda bersama.

#### **2.1.3.1 Definisi 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 (Mulyana, 2020).

Menurut Walgito, komunikasi kelompok merupakan gabungan dua konsep, yaitu "komunikasi" dan "kelompok". Istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris "Communication" yang berasal dari kata Latin "communicatio", yang bersumber dari kata "communis" yang berarti sama, yang mengacu pada upaya menyamakan suatu makna. Sementara itu, kelompok dapat dilihat dari berbagai aspek seperti persepsi, motivasi, tujuan, interdependensi, dan interaksi. Dengan demikian, komunikasi kelompok adalah usaha untuk

menyamakan makna di dalam suatu kelompok (Hariadi, 2011). Pengertian kelompok berdasarkan di atas dapat diartikan atas dasar:

1. Motivasi dikemukakan Bass (dalam Hariadi, 2011), menyatakan bahwa kelompok adalah kumpulan individu yang keberadaannya sebagai kumpulan memberikan reward kepada individu-individu.
2. Atas dasar tujuan yang dikemukakan oleh Mills (dalam Hariadi, 2011), kelompok dipandang Mills adalah suatu kesatuan yang terdiri atas dua orang atau lebih yang melakukan kontak hubungan untuk suatu tujuan tertentu.
3. Segi interdependensi, Fiedler (dalam Hariadi, 2011) Mengatakan bahwa kelompok adalah sekumpulan orang yang saling bergantung satu dengan yang lainnya. Pengertian yang sama juga dikemukakan oleh Cartwright dan Zander (1968), bahwa kelompok adalah kumpulan beberapa orang orang yang berhubungan satu dengan yang lainnya dan membuat mereka saling ketergantungan.
4. Dasar interaksi yang dikemukakan oleh Bouner (dalam Hariadi, 2011), menyatakan bahwa kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi satu dengan yang lain dan saling mempengaruhi.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik kelompok meliputi keberadaan dua orang atau lebih, interaksi antara

anggotanya, adanya tujuan atau tujuan bersama, memiliki struktur dan pola hubungan yang menunjukkan keberadaan peran, norma, dan hubungan antar anggota, serta kesatuan dalam keanggotaan.

### **2.1.3.2 Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya**

Para ahli psikologi juga ahli sosiologi telah mengembangkan berbagai cara untuk mengklasifikasikan kelompok. Disini, kita akan menjelaskan empat dikotomi: primer-sekunder, rujukan keanggotaan, deskriptif-preskriptif (Rakhmat, 2018).

#### 1. Kelompok Primer dan Sekunder

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 2018) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

#### 2. Kelompok Keanggotaan dan Rujukan

Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota- anggotanya secara administratif dan fisik

menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

### 3. Kelompok Deskriptif dan Preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan preskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi. Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

Komunitas Basikal Kolektif dalam hal ini termasuk kedalam kelompok primer, rujukan, dan deskriptif. Hubungan yang terjalin akrab, tidak adanya proses administratif secara formal untuk menjadi anggota, dan proses pembentukannya alamiah karena kesamaan hobi.

#### **2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Kelompok**

Adanya fungsi-fungsi yang akan dijalankan oleh suatu kelompok dalam masyarakat mencerminkan keberadaannya. Menurut Michael Burgoon

seperti yang dikutip oleh Pratikto, terdapat empat fungsi yang termasuk di dalamnya. Antara lain:

1. Hubungan sosial adalah hasil dari interaksi yang terbentuk di dalam kelompok, memungkinkan anggotanya untuk saling mengenal dan memahami satu sama lain. Dengan demikian, kelompok memiliki kemampuan untuk membangun hubungan sosial baik di internal maupun di eksternal.
2. Pendidikan memberikan informasi secara edukatif serta mendorong praktik dalam memberikan pendapat dan menyelesaikan tugas kelompok dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan anggota kelompok dan kemajuan kelompok secara keseluruhan.
3. Persuasif, dalam komunikasi kelompok, aspek persuasif menjadi penting karena memengaruhi anggota untuk berinteraksi dan menyampaikan pendapat. Komunikasi persuasif digunakan untuk menyampaikan pendapat dan argumen dari komunikator kepada anggota lainnya.
4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dalam kelompok merupakan proses yang penting dan kompleks. Pemecahan masalah melibatkan langkah-langkah seperti identifikasi, analisis, dan penyelesaian masalah, sedangkan pengambilan keputusan melibatkan pemilihan solusi dari

beberapa alternatif yang ada. Dalam kedua proses tersebut, komunikasi yang efektif, kerjasama tim, dan pemikiran kritis sangatlah penting. Kesuksesan dalam pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dalam kelompok dapat meningkatkan kinerja kelompok secara keseluruhan serta menciptakan lingkungan yang produktif dan harmonis.

## **2.1.4 Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi**

### **2.1.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi**

Di kalangan militer terdapat ungkapan yang amat terkenal yang berbunyi: *“To win the war, not to win the battle”* yang jika kita terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti: “memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran”. Pentingnya strategi adalah untuk memenangkan perang, sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran. Demikian pula dalam komunikasi, lebih-lebih komunikasi yang dilancarkan suatu komunitas.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Dalam buku berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen

(*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Effendy, 2009: 301).

Dari pendapat Onong Uchjana Effendy di atas, terlihat bahwa dalam pelaksanaan sebuah strategi tidak terlepas dari Perencanaan, dan Manajemen Komunikasi yang di dalamnya terdapat Kegiatan, Pesan, dan Media. Komunitas Basikal Kolektif pasti memiliki perencanaan, disini peneliti ingin mengetahui perencanaan terlebih dahulu dan akan diteruskan kepada sub-sub lainnya seperti kegiatan, pesan serta media yang digunakan, kemudian kegiatan yang menunjang untuk membangun eksistensi komunitas Basikal Kolektif.

#### **2.1.4.2 Tujuan Strategi Komunikasi**

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka “*Techniques for Effective Communication*”, sebagaimana dikutip oleh Effendy, menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama (Effendy, 2019), diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengamankan pemahaman.
2. Untuk menetapkan penerimaan.
3. Untuk memotivasi tindakan.

Pertama adalah untuk memastikan pemahaman, yaitu memastikan bahwa penerima pesan mengerti apa yang disampaikan. Jika sudah terjadi pemahaman dan penerimaan, maka perlu membina penerimaan

tersebut. Akhirnya, tindakan harus dimotivasi untuk dilakukan. Strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, pemahaman yang sudah didapat harus diamankan menjadi suatu pemikiran yang sudah ditetapkan yang akan memotivasi tindakan.

#### **2.1.4.3 Fungsi Strategi Komunikasi**

Menurut Agustinus Sri Wahyudi dikutip oleh Ruslan (2010), fungsi yang dapat diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan strategi (manajemen strategi) secara garis besar adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam jangka panjang.
- b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan yang akan mungkin terjadi di masa-masa mendatang.
- c. Menciptakan suatu organisasi dan fungsional manajemen perusahaan akan lebih efektif dan efisien, dalam menghadapi persaingan yang kian tajam mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin tinggi.
- d. Keterkaitan personil dalam membuat strategi akan lebih memotivasi dalam tahap tahap pelaksanaannya.
- e. Aktivitas perusahaan, menggunakan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya berbagai masalah dimasa-masa mendatang.

- f. Aktivitas yang saling tumpang tindih antara unit atau divisi dapat dihindarkan.

### **2.1.5 Tinjauan Mengenai Komunitas**

Komunitas merupakan kelompok sosial dari berbagai organisme dengan bermacam-macam lingkungan, pada dasarnya mempunyai habitat serta ketertarikan atau kesukaan yang sama. Di dalam komunitas, individu-individu di dalamnya mempunyai kepercayaan, kebutuhan resiko, sumber daya, maksud, preferensi dan berbagai hal yang serupa atau sama. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), komunitas adalah sekelompok manusia yang memiliki rasa peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya. Dapat diartikan bahwa komunitas adalah kelompok orang yang saling mendukung dan saling membantu antara satu sama lain.

#### **2.1.4.4 Konsep Komunitas**

Stewart E. Perry, dalam CED Definitions and Terminology, mengidentifikasi dua makna dari konsep komunitas. Pertama, komunitas dipahami sebagai kategori individu yang terhubung satu sama lain berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang spesifik, seperti para penyandang cacat, jamaah masjid, atau kelompok imigran. Kedua, konsep ini secara khusus merujuk pada sekelompok manusia yang terhubung satu sama lain karena tinggal di lokasi yang sama, yang secara tidak langsung membuat mereka memiliki kepentingan dan nilai-nilai yang serupa. Dengan demikian, pandangan Perry sejalan dengan pemahaman kita tentang konsep komunitas sebagai representasi dari identitas lokal atau struktural (Iriantara, 2019).

Carol Anne Ogdin menunjukkan beberapa alasan yang menyebabkan komunitas berbeda dari kumpulan manusia lain seperti kerumunan atau sekelompok manusia. Ada 5 faktor yang disebut Ogdin yang bisa membedakan komunitas dari kelompok-kelompok individu lain yaitu:

1. Pembatasan dan eksklusivitas yang berdasarkan hal ini bisa dirumuskan siapa yang menjadi anggota dan bukan anggota komunitas tersebut;
2. Tujuan yang merupakan landasan keberadaan komunitas;
3. Aturan yang memberi pembatasan terhadap perilaku anggota komunitas, termasuk ancaman disingkirkan untuk yang berperilaku melanggar aturan itu.
4. Komitmen terhadap kesejahteraan orang lain, sehingga ada kepedulian terhadap orang lain yang berada dalam komunitas yang sama, atau setidaknya ada tanggung jawab bagi individu terhadap komunitas secara keseluruhan; dan
5. Kemandirian yakni memiliki kebebasan sendiri untuk menentukan apa yang dilakukan dan cara memasuki komunitas.

#### **2.1.4.5 Ciri-Ciri Komunitas**

Dari buku *Dinamika Kelompok* karya Santosa (2009:37), ciri-ciri komunitas menurut Muzafer Sherif dan George Simmel adalah sebagai berikut:

a. Menurut Muzafer Sherif, ciri-ciri komunitas adalah sebagai berikut:

1. Adanya dorongan/motif yang sama pada setiap individu

sehingga terjadi interaksi sosial sesamanya dan tertuju dalam tujuan bersama.

2. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda di antara individu satu dengan yang lain akibat terjadinya interaksi sosial.
3. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas, terdiri dari peranan dan kedudukan yang berkembang dengan sendirinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.
4. Adanya penegasan dan peneguhan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam merealisasi tujuan kelompok.

b. Menurut George Simmel, ciri-ciri Komunitas adalah:

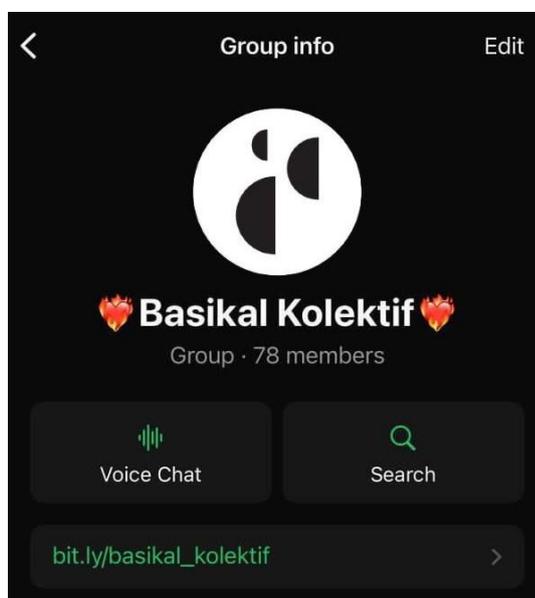
1. Besar kecilnya jumlah anggota kelompok sosial
2. Derajat interaksi sosial dalam kelompok sosial
3. Kepentingan dan wilayah
4. Berlangsungnya suatu kepentingan
5. Derajat organisasi

#### **2.1.6 Tinjauan Mengenai Komunitas Basikal Kolektif**

Basikal Kolektif adalah komunitas sepeda di Kota Bandung yang didirikan pada tahun 2019 oleh kawan-kawan di industri kopi Kota Bandung

yang gemar berolahraga dimulai dari basket, bulutangkis, sampe pada akhirnya sepeda. Namun, seiring berjalannya waktu komunitas ini semakin berkembang sehingga anggotanya tidak hanya berasal dari industri kopi saja. Saat ini anggota Basikal Kolektif tercatat berjumlah 78 orang yang tergabung pada *whatsapp group* Basikal Kolektif.

**Gambar 2. 2**  
**Jumlah Anggota Basikal Kolektif**



*Sumber: Dokumentasi Pribadi, Mei 2024*

Basikal Kolektif tidak memiliki struktur secara formal, serta tidak memiliki hierarki yang jelas, jadi bisa dikatakan Basikal Kolektif tidak ada ketua ataupun pemimpin, Secara alamiah anggota Basikal Kolektif terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pengurus, anggota, dan tim dokumentasi. Tim dokumentasi ini pun terbentuk secara organik, yang artinya tidak ada penunjukkan, hanya berdasarkan sukarela dan kesadaran pengajuan diri dari para anggotanya yang memiliki kemampuan pada bidang foto dan video.

### 2.1.7 Tinjauan Mengenai Eksistensi

Ditinjau dari etimologi, kata "eksistensi" berasal dari bahasa Inggris "excitence", yang berasal dari bahasa Latin "existere" yang artinya muncul, ada, timbul, atau memiliki keberadaan aktual. Kata tersebut terdiri dari "ex" yang berarti keluar dan "sistere" yang berarti muncul atau timbul. Secara terminologi, eksistensi memiliki beberapa pengertian, yaitu pertama, segala sesuatu yang ada; kedua, segala sesuatu yang memiliki aktualitas (keberadaan); dan ketiga, segala sesuatu yang di dalamnya menunjukkan bahwa sesuatu itu ada (Bagus, 2015). Sedangkan menurut Abidin Zaenal (2007:16), eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni existere, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan berhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya.

Eksistensi ini menggambarkan bagaimana individu membentuk dirinya sendiri melalui proses pembelajaran dari lingkungannya dan berupaya untuk memberikan kontribusinya bagi masyarakat sebagai bentuk pengakuan akan keberadaan sosialnya. Pembentukan eksistensi ini dipengaruhi oleh dorongan internal individu dan tuntutan kebutuhan sosial manusia. Ini mengakibatkan individu memiliki kepentingan baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari masyarakat, sebagaimana disampaikan oleh Setiawan seperti yang dikutip oleh Rismawaty bahwa manusia menjalani kehidupan di antara dua kutub eksistensi, yakni kutub eksistensi individu dan kutub eksistensi sosial, yang

keduanya saling terkait dan tampaknya menjadi bagian tak terpisahkan dalam diri manusia (indivisualisasi dan sosialisasi). Di satu sisi, individu memiliki hak untuk menyatakan dirinya sendiri (kutub eksistensi individu), menginginkan penghargaan dan pengakuan, tetapi di sisi lain, individu harus dapat beradaptasi dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat dan lingkungan sosialnya (kutub eksistensi sosial) (Rismawaty, 2008: 29).

Komunikasi manusia bertujuan untuk menegaskan keberadaannya, yang disebut sebagai aktualisasi diri atau lebih tepatnya, sebagai pernyataan eksistensi diri. Seperti menurut Deddy Mulyana yang mengadaptasi pernyataan terkenal filsuf Prancis, Rene Descartes, yang semula "*Cogito ergo sum*" (saya berfikir, maka saya ada), menjadi "Saya berbicara, maka saya ada".

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran menjadi landasan yang mengarahkan alur pikiran agar lebih terfokus dan terorganisir. Hal ini menjadikan pemikiran itu sendiri menjadi fondasi yang mendukung penelitian ini. Dalam konteks ini, peneliti berusaha untuk merangkum esensi dari permasalahan yang sedang diteliti dengan tujuan untuk memperkuat argumen, meyakinkan pembaca, dan menghubungkan teori dengan isu-isu yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian tersebut. Dengan demikian, penggunaan kerangka pemikiran tidak hanya memberikan arah pada alur pemikiran, tetapi juga memberikan kejelasan konseptual dan kekuatan kepada penelitian yang dilakukan.

Menurut Sugiyono (2013), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam

mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti berupaya untuk mengkaji isu-isu yang diperkenalkan oleh penelitian tersebut. Topik yang akan diteliti adalah mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Basikal Kolektif Dalam Membangun Eksistensi Di Kalangan Komunitas Sepeda di Kota Bandung.

Memilih strategi merupakan tahapan penting yang harus dijalani dengan cermat dalam merencanakan komunikasi, karena jika salah atau tidak tepat, dapat berdampak fatal, terutama dalam hal kerugian waktu, sumber daya, dan tenaga. Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada definisi strategi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy, yang menyatakan bahwa secara esensial, strategi adalah **perencanaan** dan manajemen yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam konteks komunikasi, strategi harus mampu menunjukkan bagaimana pendekatan teknisnya dapat dilaksanakan, dengan mempertimbangkan variasi dalam situasi dan kondisi tertentu. Keberhasilan **kegiatan** komunikasi, yang melibatkan penyampaian **pesan** melalui berbagai **media**, sangat ditentukan oleh strategi komunikasi yang efektif. Dengan demikian, baik strategi komunikasi secara makro (*Planned Multi Media Strategy*) maupun secara mikro (*Single Communication Medium Strategy*), memiliki peran ganda (Effendy, 2019:300).

Berdasarkan pendapat Onong Uchjana Effendy tersebut, terlihat bahwa dalam pelaksanaan sebuah strategi tidak terlepas dari Perencanaan, dan Manajemen Komunikasi yang di dalamnya terdapat Kegiatan, Pesan, dan Media

yang dijadikan sebagai subfokus peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai subfokus tersebut:

1. **Perencanaan** adalah tahapan penting yang melibatkan proses teliti dalam menetapkan langkah-langkah yang paling sesuai melalui berbagai alternatif. Langkah-langkah tersebut meliputi menyusun jadwal yang terperinci, menetapkan tim dengan cermat, serta mengadakan rapat koordinasi yang efektif dengan anggota panitia. Semua keputusan dan langkah ini diarahkan oleh tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, dengan tujuan akhir untuk mencapai hasil yang diinginkan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana perencanaan yang dilakukan komunitas Basikal Kolektif dalam membangun eksistensinya khususnya melalui acara yang mereka buat.
2. **Kegiatan** adalah segala bentuk interaksi atau upaya yang dilakukan oleh suatu kelompok atau komunitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan dari kegiatan tersebut dapat bervariasi, tetapi intinya adalah untuk mendorong kemajuan, membangun hubungan, atau mencapai hasil yang diinginkan oleh kelompok tersebut. Basikal Kolektif memiliki berbagai kegiatan positif yang dapat berkontribusi dalam membangun eksistensi komunitas.
3. **Pesan** adalah informasi yang disampaikan dari pengirim kepada penerima. Pesan terdiri dari kombinasi simbol-simbol, baik

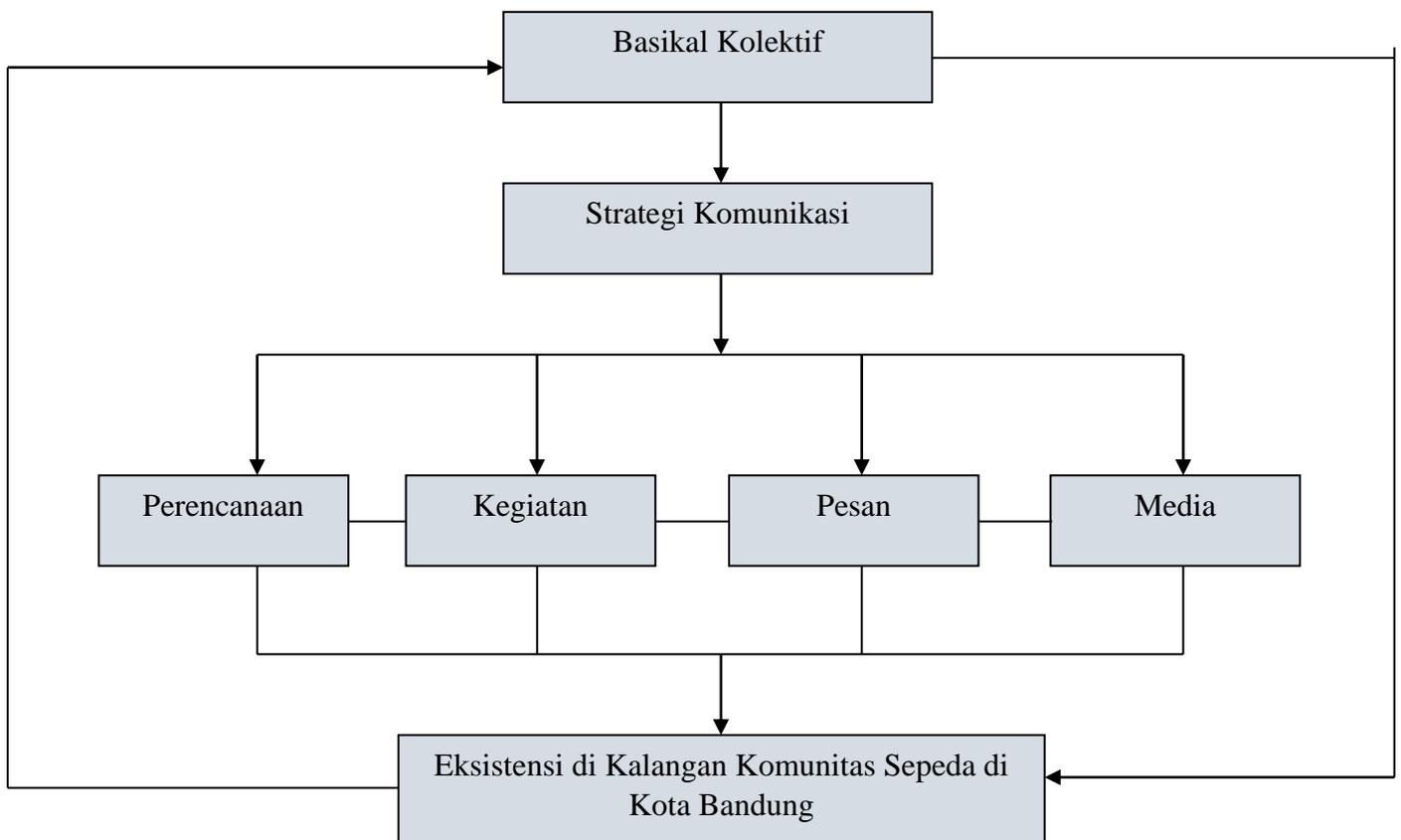
dalam bentuk kata-kata maupun tanda-tanda non-verbal, yang mencerminkan emosi, nilai-nilai, gagasan, atau niat dari pengirim tertentu. Peneliti ingin mengetahui pesan seperti apa yang disampaikan oleh Basikal Kolektif sehingga dapat membangun eksistensi komunitas dan dikenal lebih luas.

4. **Media** adalah segala bentuk alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima. Dalam hal ini Basikal Kolektif memanfaatkan berbagai bentuk media untuk menyampaikan pesan yang dapat membangun eksistensi komunitas, yaitu melalui *flyer*, *merchandise*, dan pemanfaatan media sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa baik dalam strategi komunikasi yang direncanakan secara menyeluruh (*Planned Multi Media Strategy*) maupun dalam pendekatan yang lebih spesifik (*Single Communication Medium Strategy*), tujuannya adalah menyebarkan pesan yang informatif, persuasif, dan instruktif kepada audiens secara terstruktur. Hal ini dilakukan dengan merancang dan melaksanakan perencanaan yang matang, kegiatan yang sesuai, pesan yang efektif, serta pemilihan media yang tepat dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori sebagai dasar yang diterapkan dengan mempertimbangkan situasi aktual di lapangan. Teori yang peneliti gunakan tersebut diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy yang berfokus pada

topik Strategi Komunikasi. Adapun peneliti merumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Peneliti, April 2024*