

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS KERJA

21 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan Penelitian Terdahulu yakni merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dengan penelitian sejenis. Melihat karya ilmiah penelitian terdahulu peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan peneliti sebagai pendukung penelitian.

Tabel 2.0.1 Analisa Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Chandra Riza Aditya Riyadi	Risqi Fajar	Reza Aditya Nugraha
	Tahun & Jenis	2011 - Skripsi	2013 - Skripsi	2020 - Skripsi
1.	Universitas/ Program Studi	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
2.	Judul	Studi Deskriptif Mengenai Fanatisme Bobotoh Persib Bandung Di Viking United	Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Berbasis Web Pada <i>The Original Viking Persib Fanshop</i>	Daya Tarik Program Acara SMS- Persib Pisan Di PT Radio Sinar Mega Swara (SMS) 101.7 FM Sukabumi Terhadap Pemuasan Kebutuhan Informasi Kelompok Supporter Kerajaan Vikin g Sukabumi

<p>3.</p>	<p>Tujuan penelitian</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Fanatisme Bobotoh Persib Di Viking United.</p>	<p>Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk merancang sebuah sistem informasi penjualan berbasis web, mengetahui implementasi sistem dan mengetahui analisis dan pengujian program pada Toko The Original Viking Persib Fanshop</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana daya tarik program acara smspersib pisan di Radio SMS Sukabumi terhadap pemuasan kebutuhan informasi Kerajaan Viking Sukabumi. Sehingga untuk dapat melihat seberapa besar hubungannya, peneliti mencoba untuk menganalisis kekuatan acara yang bagaimana yang digunakan program acara sms-Persib pisan. Kredibilitas komunikator yang seperti apa yang dimiliki oleh pembicara di program acara sms-Persib pisan dalam menjadi narasumber dan sejauhmana pengetahuan, hiburan serta</p>
-----------	--------------------------	---	--	--

				kepentingan sosial Kerajaan Viking Sukabumi di Program acara sms-Persipisan.
4.	Metode penelitian	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan yang berjumlah 4 (empat) orang.. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi literatur, penelusuran internet.</p> <p>Teknologi analisis data yang pertama adalah pengumpulan data kedua klasifikasi, ketiga analisis data dan proses akhir analisis data.</p>	<p>Desain penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada Toko, serta teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi sumber data primer yaitu dengan cara observasi dan wawancara, sedangkan sumber data sekunder yaitu dengan cara melihat dokumen-dokumen.</p> <p>Metode pendekatan yang digunakan terstruktur dan metode pengembangan sistem informasi penjualan berbasis web yang dibuat menggunakan metode waterfall, dengan alat</p>	<p>Tipe penelitian ini adalah kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode Survey dengan teknik analisis Korelasional. Sebagian besar data dikumpulkan melalui angket dan wawancara dan didukung oleh studi literatur. Unit samplingnya adalah anggota Kerajaan Viking Kota Sukabumi, dengan populasi sebesar 350 orang, maka diperoleh sampel sebanyak 78 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah <i>Simple Random Sampling</i> yaitu pengambilan</p>

			<p>bantu pengembangan sistem berupa flowmap, diagram konteks, DFD dan alat perancangan database yang diusulkan berupa ERD</p>	<p>sampel secara acak sederhana. Sebelum dilakukan penyebaran angket, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas pada setiap item pertanyaan yang ada dalam angket dengan menggunakan program SPSS 17. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket, diberi skor, dianalisa dan diolah dengan menggunakan Skala Likert dan Koefisien Korelasi Jenjang Spearman (<i>The Spearman Rank Order Correlation Coefficient, Rs</i>) pada program SPSS 17.</p>
5.	Hasil penelitian	<p>Hasil penelitian ini adalah: 1) Sikap Bobotoh Persib Bandung terhadap Viking United diketahui dari semua pihak yang mendukung Persib Bandung, sehingga Bobotoh dapat disebut sebagai supporter terbesar di Indonesia. 2) Bobotoh Persib Bandung</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan sistem informasi penjualan berbasis web dapat membantu konsumen</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan kekuatan program acara sms-Persib pisan terhadap Pemuasan kebutuhan</p>

		<p>mereka mendukung pandangan tersebut, karena mereka sangat besar di Bandung, mereka menganggap Persib adalah lambang Bandung bahkan Jawa. 3)Antusiasme Bobotoh Persib terbentuk karena sudah menjadi tim yang dibanggakan sejak dulu</p>	<p>dalam mengakses informasi mengenai produk merchandise yang dijual, mengimplementasikan sistem informasi yang meliputi implementasi perangkat lunak, perangkat keras, basis data serta antarmuka dari aplikasi yang dihasilkan. Tahap akhir adalah mengadakan pengujian terhadap aplikasi dengan menggunakan metode Blackbox.</p>	<p>informasi besar korelasinya 0,766. Kredibilitas komunikator Program acara sms-Persib pisan terhadap Pemuasan Kebutuhan Informasi besar korelasinya 0,564. Daya Tarik Program Acara sms-Persib pisan terhadap pengetahuan Kerajaan Viking Sukabumi besar korelasinya 0,760. Daya Tarik Program acara sms-Persib pisan terhadap hiburan besarnya korelasi 0,785. Daya Tarik Program acara sms-Persib pisan terhadap Kepentingan sosial besarnya korelasi 0,577.</p>
6.	Perbedaan penelitian	Perbedaan yaitu terdapat pada objek penelitian, selain itu beberapa indikator, dari <i>mikro</i> Lokasi yang digunakanpun	Perbedaan yaitu terdapat pada objek penelitian, selain itu	Perbedaan yaitu terdapat pada objek penelitian,

		berbeda.	beberapa indikator, dari Lokasi yang digunakanpun berbeda.	metode penelitian, lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.
--	--	----------	--	--

Sumber: Peneliti, 2021

22 Tinjauan Proses Komunikasi

Yaitu sebuah proses sosial yang dimana terjadi diantara dua orang atau lebih. Proses komunikasi ini terjadi karena adanya interaksi antar satu orang dengan orang lainnya dengan cara mengirimkan suatu simbol kepada orang lain, proses komunikasi dapat dikatakan berhasil jika suatu simbol dapat diterima dengan baik antara satu orang dengan orang lainnya yang berada pada lingkaran komunikasi. Menurut Rosady Ruslan proses komunikasi adalah :

“Diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak.” (Ruslan 2003 : 69).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain.

(Effendy, 1999 : 11-16).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

Media massa yang digunakan seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (massive) atau massal (massal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

Sedangkan proses komunikasi Menurut Harold Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy terdapat 4 komponen dalam proses komunikasi yaitu :

1. Adanya pesan yang disampaikan
2. Adanya pemberian pesan (komunikator)
3. Adanya penerimaan pesan (komunikan)
4. Adanya umpan balik (feedback) (Onong, 1999 : 10)

Mengutip pendapat Babcock dan Thoha (Suprpto, 2006 : 7–9) bahwa terdapat 5 faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Faktor – faktor tersebut adalah :

1. *The Act* (Perbuatan)

The Act merupakan perbuatan komunikasi yang menginginkan lambang-lambang agar dapat dimengerti dengan baik.

2. *The Scene* (Adegan)

The Scene menekankan pada hubungan dengan lingkungan komunikasi. Adegan menjelaskan apa yang dilakukan, simbol apa yang digunakan dan arti

apa yang dikatakan.

3. *The Agent* (Pelaku)

The Agent merupakan individu-individu yang mengambil bagian dalam komunikasi seperti pengirim dan penerima.

4. *The Agency* (Perantara)

The Agency ini terwujud melalui alat-alat yang digunakan dalam komunikasi.

5. *The Purpose* (Tujuan)

Terdapat empat tujuan yang mempengaruhi proses komunikasi menurut Grace yakni tujuan fungsional (*functional goals*), tujuan manipulasi (*manipulative goals*), tujuan keindahan (*aesthetic goals*) dan tujuan keyakinan (*confidence goals*).

23 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi dan manusia adalah hal yang tidak dapat dipisahkan sejak manusia mengenal bahasa verbal, sejak tercipta komunikasi. Dalam kehidupannya, manusia senantiasa terlibat dalam aktivitas komunikasi, manusia mungkin akan mati, atau setidaknya sengsara manakala dikucilkan sama sekali sehingga ia tidak bisa melakukan komunikasi dengan dunia sekelilingnya. Oleh sebab itu komunikasi merupakan tindakan manusia yang lahir dengan penuh kesadaran, bahkan secara aktif manusia sengaja melahirkannya karena ada maksud atau tujuan tertentu. Memang apabila manusia dibandingkan dengan makhluk hidup lainnya seperti hewan, ia tidak akan hidup sendiri. Seekor anak ayam, walaupun tanpa induk, mampu mencari makan sendiri. Manusia tanpa manusia lainnya pasti akan mati. Manusia tidak dikaruniai Tuhan dengan alat-alat fisik yang cukup untuk hidup sendiri.

2.3.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hal yang tidak dapat lepas kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, seperti pada kenyataannya yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers yang dikutip Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar” menjelaskan bahwa Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka, (Mulyana, 2003:62). Namun secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan dari individu yang satu kepada individu lainnya.

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris “communication”) secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Menurut Manap Solihat, Olih Solihin, Melly Maulin Purwaningwulan menjelaskan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu menyamakan persepsi diantara dua pihak. Proyek komunikasi yang baik menghasilkan kesepahaman diantara dua pihak yang mengadakan interaksi. Maksud komunikator (penyampai pesan) yang menyampaikan tentang A, ditangkap juga sebagai A oleh komunikan (penerima pesan), itulah titik dimana komunikasi disebut sukses.” (Manap Solihat, Melly Maulin P, Solihin, 2015 : 11)

Komunikasi sendiri mempunyai banyak definisi menurut pendapat beberapa ahli, namun tetap berada dalam pengertian yang sama mengenai apa pengertian atau definisi dari komunikasi itu sendiri. Komunikasi menurut Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek” adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2001:10)

Sementara itu, Charles R. Wright yang dikutip oleh Santoso mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang bersifat mendasar dan vital dalam kelestarian hidup manusia. Dengan fundamental atau mendasar maksudnya bahwa setiap konsituen manusia primitif atau modern dibangun atas dasar kapasitas anggotanya untuk saling memenuhi melalui komunikasi. Suatu konsesus kerja mengenai pranata sosial, dinyatakan vital sepanjang kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain memerlukan pengawasan sosial”. (Santoso, 1986:40).

Adapun pengertian komunikasi menurut Sedangkan menurut Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

“In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latte’s behavior”. (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi

perilakunya). (Effendy, 2002: 49)

Dari beberapa definisi komunikasi menurut pendapat beberapa ahli di atas, ada satu definisi yang sangat familiar yang sering digunakan dan merupakan salah satu dari model – model komunikasi yaitu definisi komunikasi menurut Harold D. Laswell. Menurut Laswell, komunikasi adalah merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” menyatakan “apa”, “kepada siapa”, “dengan saluran apa”, dan “dengan akibat atau hasil apa” (Who says what in which channel to whom and with what effect), (Effendy, 2002:10). Dengan demikian dari beberapa definisi menurut ahli – ahli komunikasi tersebut, kita dapat menarik sebuah pengertian ataupun kesimpulan dari apa itu komunikasi. Komunikasi dapat diartikan juga sebagai sebuah proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan untuk memberikan informasi ataupun mengubah perilaku.

2.3.2 Tujuan Komunikasi

Membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

1. Perubahan sikap (*attitude change*) Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
2. Perubahan pendapat (*opinion change*) Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.
3. Perubahan perilaku (*behavior change*) Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang
4. Perubahan sosial (*social change*) Membangun dan memelihara ikatan hubungan

dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

2.3.3 Bentuk Komunikasi

Adapun bentuk – bentuk komunikasi seperti yang dikutip dalam buku “Metode Riset Komunikasi Organisasi” adalah sebagai berikut :

1. **Komunikasi Personal (*Personal Communication*)**. Terdiri dari komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antarpersonal (*interpersonal Communication*).
2. **Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)**. Pertama dalam bentuk komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) seperti : ceramah (*lecture*), diskusi panel (*panel discussion*), simposium (*symposium*), forum, seminar, dan curah saran (*brainstorming*). Kedua, komunikasi kelompok besar (*large group communication/public speaking*).
3. **Komunikasi Massa (*Mass Communication*)**, misalnya : pers, radio, televisi, dan film.
4. **Komunikasi Media (*Media Communication*)**, misalnya : surat, telepon, pamflet, poster, dan spanduk. Bentuk komunikasi diklasifikasikan berbeda di kalangan para ahli sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang pakar tersebut. Joseph A. Devito dalam bukunya *Communicology* (1982) mengklasifikasi ada empat tipe komunikasi, sedangkan R. Wayne Pace dan teman-temannya dalam bukunya *Techniques of Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe. (Cangara, 2005)

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. **Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi Dengan Diri Sendiri)**

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi didalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. **Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antarpribadi)** Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. (Mulyana, 2003:73)
3. **Komunikasi Kelompok Kecil** Komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal anantara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi. (Tubbs dkk, 2008:17)
4. **Komunikasi Publik** Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum. (Mulyana, 2003:74)
5. **Komunikasi Organisasi** Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2003:75) komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Goldbaheer dalam Tubbs dkk, 2008:18)
6. **Komunikasi Lintas Budaya** Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan 18 yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)
7. **Komunikasi Massa Komunikasi massa (mass communication)** adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2003:75)

2.3.4 Fungsi Komunikasi

Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Adapun fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Membangun konsep diri (*Establishing Self-Concept*)

2. Eksistensi Diri (*Self Existence*)
3. Kelangsungan Hidup (*Live Concinity*)
4. Memperoleh Kebahagiaan (*Obtaining Happiness*)
5. Terhindar dari tekanan dan ketegangan (*Free from pressure and stress*).

24 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota- anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan 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 (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

2.4.1 Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya

Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

- Kelompok primer dan sekunder.

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 1994) 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.

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
 2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
 3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
 4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
 5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.
- Kelompok keanggotaan dan kelompok 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.

Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang (fungsi komparatif). Islam juga memberikan kepada saya norma-norma

dan sejumlah sikap yang harus saya miliki, kerangka rujukan untuk membimbing perilaku saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai (fungsi normatif). Selain itu, Islam juga memberikan kepada saya cara memandang dunia ini, cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui (fungsi perspektif). Namun Islam bukan satu-satunya kelompok rujukan saya. Sebagai Contoh, Organisasi Viking Campaka adalah kelompok rujukan saya, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi.

- Kelompok deskriptif dan kelompok 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 deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan c. kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

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.

2.4.2 Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

- Konformitas.

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

- Fasilitasi sosial.

Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang banar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

- Polarisasi.

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras.

2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keefektifan Kelompok

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a.melaksanakan tugas kelompok, dan b.memelihara moral anggotaanggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfaction*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. Ukuran kelompok.
2. Jaringan komunikasi.
3. Kohesi kelompok.
4. Kepemimpinan (Jalaluddin Rakhmat, 1994).

25 Kerangka Pemikiran

Kerangka teoritis adalah suatu kumpulan teori dan model dari literatur yang menjelaskan hubungan dalam masalah tertentu (Silalahi, 2006:84). Jadi dalam penelitian ini peneliti dapat mencoba mengulas dan mengamati sebuah interaksi percakapan yang ada di sebuah kelompok Viking Campaka sebagai fokus penelitian. Untuk mengkaji / meneliti / melakukan sebuah penelitian, diperlukan landasan secara teoritis sebagai acuan dalam mencapai penyelesaian tujuan penelitian tersebut, sebagai panduan dan sebagai arah dalam menyelesaikan suatu penelitian. Penelitian yang peneliti lakukan merupakan salah satu penelitian dalam ruang lingkup konteks komunikasi seperti proses komunikasi yang terjadi dalam kelompok Viking Campaka. Pada dasarnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bermaksud untuk memahami sebuah fenomena tentang apa yang telah dialami oleh subjek penelitian, seperti komunikator, pesan, media, komunikan dan lain-lain.

Pada penelitian ini di dasari pada pemikiran teoritis, sehingga fokus dari isi judul penelitian ini yaitu proses antara komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, dari peristiwa tersebut dapat menciptakan suatu persamaan makna, yaitu antara komunikan dengan komunikatornya. Tujuan proses komunikasi ini antara lain untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif (yang sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Melalui komunikasi yang efektif memungkinkan keinginan seseorang agar tujuannya tercapai serta di dambakan oleh semua orang. Dalam bukunya, Daryanto mendefinisikan komunikasi efektif adalah :

“Komunikasi jika pesan yang disampaikan dapat diterima atau dipahami dengan baik. Komunikasi efektif merupakan salah satu keahlian terpenting dalam mencapai keberhasilan dan kebahagiaan hidup. Ukuran komunikasi efektif adalah pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, dan tindakan.” (Daryanto, 2011:64:65)

Hal-hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pembahasan dalam berkomunikasi yaitu adanya langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan arah komunikasi dengan cara apa komunikasi tersebut dilakukan. Proses komunikasi kemudian menjadi bagian yang termanifestasi dalam proses komunikasi sebagai media interaksi. Karena secara mendasar, proses komunikasi menjadi jawaban atas aplikasi komunikasi dan media yang digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi tersebut. Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan

Praktek, menurut Onong Uchajana Effendy proses komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

“Proses komunikasi dibagi menjadi 2 tahap yakni secara primer dan sekunder. Dimana 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. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Pikiran dan dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila transmisi dengan menggunakan media primer tersebut yakni lambang-lambang, dengan perkataan lain pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi pesan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setara (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan. Dalam komunikasi antarpersona, karena situasinya tatap muka (*face to face communication*), tanggapan komunikan dapat segera diketahui. Umpan balik dalam komunikasi seperti itu bersifat langsung karena itu dinamakan umpan balik seketika. Dimana pada tahap kedua proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.” (Effendy, 2004:11-16)

Dilihat dari seluruh penjelasan proses komunikasi diatas yang dikemukakan oleh Onong Uchajana Effendy, dalam hal ini komunikasi adalah merupakan suatu proses yang terjadi untuk menyampaikan, menerima dan mengolah pesan yang terjadi dalam diri seseorang serta dua orang atau lebih dengan tujuan dan maksud tertentu.

Dilihat dari kerangka pemikiran secara teoritis diatas, sehingga dari proses komunikasi yang telah terjadi peneliti mengambil fokus dari proses komunikasi yaitu **proses komunikasi primer** dan **proses komunikasi sekunder** yang saling terkait dengan interaksi yang dilakukan sehari-hari dan salah satunya sebagai ranah penelitian untuk kedepannya.

Kerangka pemikiran teoritis diatas diaplikasikan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu Proses Komunikasi Kelompok Dalam Menjaga Kekompakan Antar Anggota Viking Campaka Kota Bandung.

Proses komunikasi juga merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan komunikasi. Dalam proses komunikasi juga terdapat **proses komunikasi primer** dan proses komunikasi sekunder yang dimana proses komunikasi primer dan sekunder memiliki peranan yang sangat penting dan memiliki maksud tertentu dari proses komunikasi. Dalam penelitian ini yang berjudul Proses Komunikasi Kelompok Dalam Menjaga Kekompakan

Antar Anggota Viking Campaka Kota Bandung. Tentunya Komunikator, Komunikan, Pesan dan Media dibahas sesuai arah tujuannya, yang dimana:

1. Proses Komunikasi Primer

Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. (Effendy, 1999 : 11-16). Sebagai contoh

Anggota dari Viking Campaka yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi serta melakukan diskusi, bisa seorang Ketua Kelompok (KK), Wakil Ketua Kelompok (WKK), Anggota Kelompok (AK), Pengurus Viking Campaka, maupun anggota lainnya sebagai komunikator.

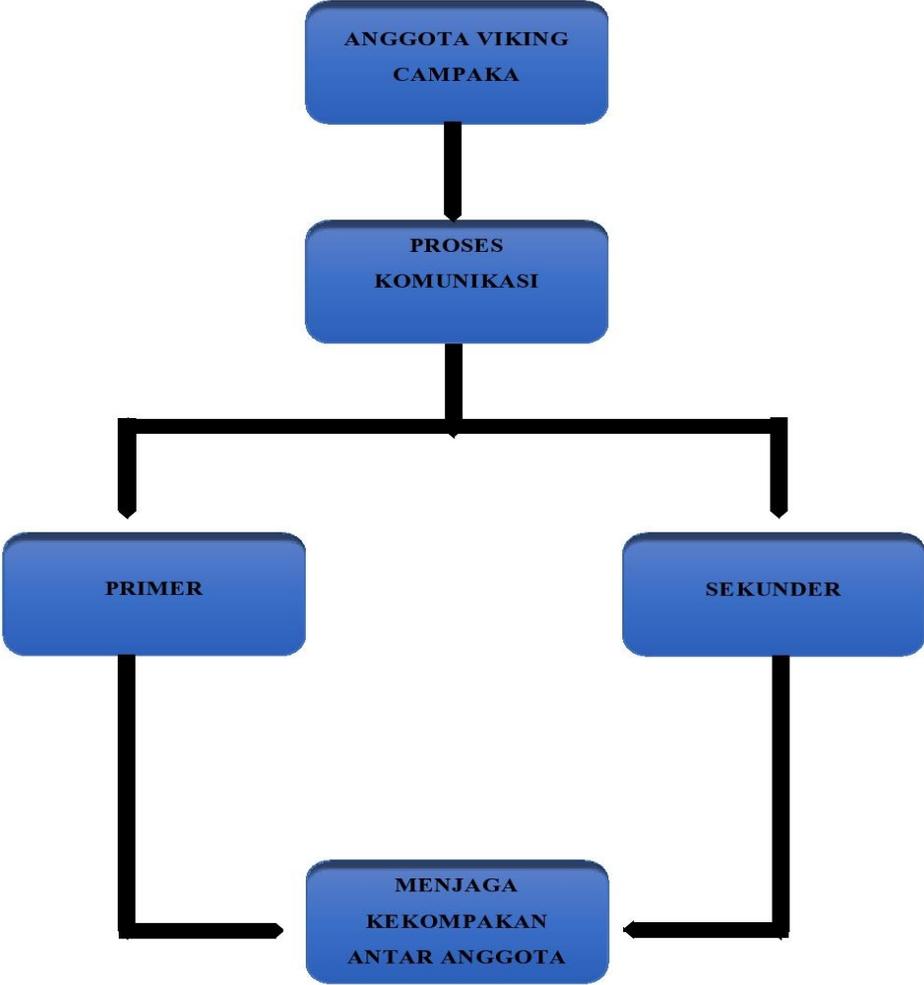
2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1999 : 11-16).

Dalam hal ini proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan bisa menggunakan majalah, surat kabar, dll dari seorang Ketua Kelompok (KK), Wakil Ketua Kelompok (WKK) dan Anggota Kelompok (AK) kepada komunikan (Anggota Viking Campaka Lainnya).

2.5.1 Model Alur Kerangka Pemikiran

Gambar 2.4 Gambar Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 2021