

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu**

Studi penelitian terdahulu merupakan sesuatu yang penting untuk diperhatikan dan diamati terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian. Karena studi penelitian terdahulu adalah sebagai acuan yang akan membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar. Dan tentunya studi terdahulu tersebut harus relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Berdasarkan studi pustaka, berikut ini adalah beberapa referensi penelitian terdahulu yang peneliti temukan yang memiliki konteks serupa dengan peneliti.

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

Uraian	Peneliti		
	Fitri Juliyanti	Khairul Huda	Raja Muhammad Kadri
<b>UNIVERSITAS/ PROGRAM STUDI</b>	Universitas Komputer Indonesia	Undikma Mataram	Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Indonesia
<b>TAHUN</b>	2015	2021	2022
<b>JUDUL</b>	Strategi Komunikasi Devisi <i>Corporate Communication</i> PT. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin	Strategi Komunikasi Guru Tk Al-Bina Dalam Membina Kemampuan Menghafal Ayat-Ayat Pendek	Strategi Guru Dalam Meningkatkan Kemampuan Siswa Dalam Membaca Dan Menghafal Al-Quran Di Sd Sabbihisma Padang Sumatra Barat
<b>METODE</b>	studi deskriptif kualitatif	studi deskriptif kualitatif	studi deskriptif kualitatif
<b>HASIL</b>	Hasil dari penelitian ini dihasilkan Strategi	Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

Uraian	Peneliti		
	Fitri Juliyanti	Khairul Huda	Raja Muhammad Kadri
	<p>Komunikasi <i>Corporate Communication</i> PT. Bio Farma (Persero) Melalui Program <i>School Of Vaccine For Journalist</i> Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin adalah dengan program yang berkonsep seperti membagi pengalaman untuk memeberikan edukasi kepada jurnalis mengenai hal-hal dasar mengenai vaksin dan teknologinya yaitu bioteknologi. Dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dibidang vaksin dan jurnalistik, jurnalis yang hadir sebagai peserta dapat menulis berita mengenai vaksin sebagai hasil dari mengikuti <i>school of vaccine for journalist</i></p>	<p>masyarakat melalui pelatihan strategi komunikasi guru dalam membina kemampuan menghafal ayat-ayat pendek sebagai upaya penjaminan mutu pendidikan bagi lembaga di TK Al-bina khususnya dalam penerapan strategi komunikasi guru dalam membina kemampuan menghafal ayat-ayat pendek. Dari sisi pengelolaan kegiatan, mulai dari persiapan, proses, dan hasil telah sesuai dengan tujuan dan indikator keberhasilan yang telah dirancang. Selain itu, pemahaman dan penguasaan peserta terhadap materi-materi pelatihan yang disampaikan dapat diaplikasikan langsung dengan praktik strategi komunikasi guru dalam membina kemampuan menghafal surat pendek</p>	<p>strategi guru dalam meningkatkan kemampuan siswa dalam membaca dan menghafal al-Qur'an yaitu pertama, memaksimalkan pembelajaran al-Qur'an di dalam kelas dengan menghadirkan dua orang guru al-Qur'an. Kedua, menggunakan kartu batas sebagai kontrol batas bacaan tadarus dan tahfiz al-Qur'an. Ketiga, membentuk "klinik" perbaikan bacaan dan hafalan al-Qur'an yang diadakan seminggu sekali. Keempat, membaca dan mengulang hafalan setiap pagi sebelum memulai pelajaran.</p>

Sumber, Peneliti 2022

## 2.2 Tinjauan Pustaka

### 2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

#### 2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Hampir seluruh manusia, selalu tersentuh oleh komunikasi. Pada bidang seperti manajemen, hukum, administrasi, biologi sampai matematika komunikasi selalu menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pengembangannya.

Beberapa ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang masing-masing. Sebagaimana Menurut Louis Forsdale (1981: 4). Dalam buku yang berjudul "*Interpersonal (tips membangun komunikasi dan relasi) Skill*" Menjelaskan bahwa:

"Proses terjadinya komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan informasi, yang kemudian dilambangkan, baik berupa ucapan atau isyarat, proses selanjutnya dengan melakukan transmisi berupa media dan perantara hingga pesan dapat diterima oleh komunikan. Komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yakni komukator dengan komunikan dapat saling memahami pesan yang disampaikan."

Lalu kemudian definisi menurut Raymond Ross menyebutkan bahwa:

"Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengirim simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons atau makna dari pemikiran yang serupa dengan yang di maksudkan oleh komunikator."

Sedangkan Harold D Laswell berpendapat bahwa: "Gambaran mengenai siapa, mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, dan apa efeknya."

Definisi-denifinisi sebagaimana yang telah dikemukakan di atas tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun setidaknya kita dapat melihat sebagian besar gambaran-gambaran tentang apa yang di maksud

dengan komunikasi, walaupun masing-masing dari definisi di atas memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

#### **2.2.1.2 Proses Komunikasi**

Komunikasi tidak pernah lepas dari proses. Menurut Onong Unchjana Effendy, Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian sebuah pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan yang berupa informasi, saran, permintaan, opini dan seterusnya. Yang merupakan keyakinan, kepastian, keberanian, kemarahan, keraguan, kekhawatiran, dan seterusnya.

Proses Komunikasi menurut Onong Unchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi” adalah :

1. Proses Komunikasi primer
2. Proses Komunikasi sekunder
3. Proses Komunikasi linier
4. Proses Komunikasi sirkular

#### **2.2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi adalah kegiatan inti manusia. Komunikasi sungguh sama sekali tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Setiap manusia pasti akan melakukan komunikasi dengan individu lainnya dalam segala situasi. Usaha untuk menyamakan persepsi diantara dua pihak. Proyek komunikasi yang baik

menghasilkan kesepahaman diantara dua pihak yang mengadakan interaksi. Mereka berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan komunikasi tersebut ada beberapa unsur yang harus dipahami.

Menurut Cangrana (2007:23) mengemukakan dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan. Komunikasi mempunyai beberapa unsur, yaitu :

1. Sumber, adalah peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.
2. Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan melalui dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi lainnya.
3. Media, adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima dalam berbagai saluran komunikasi seperti telepon yang di golongankan sebagai media komunikasi.
4. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih.
5. Pengaruh, adalah perbedaan atau apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan.
6. Tanggapan balik, adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
7. Lingkungan, atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Yang dapat di golongankan dalam empat

macam yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu.

#### **2.2.1.4 Tujuan Komunikasi**

Tujuan dari komunikasi yang dikemukakan oleh Dan B. Curtis dalam buku “Komunikasi Bisnis Profesional” adalah ada empat tujuan atau motif yang perlu dikemukakan. Berikut adalah 4 tujuan komunikasi yang dikatakan oleh Dan B. Curtis dalam buku “Komunikasi Bisnis Profesional” sebagai berikut:

1. Memberikan informasi, kepada para klien, kolega, bawahan dan penyedia (*supervisor*)
2. Menolong orang lain, memberikan nasihat kepada orang lain, atau berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan.
3. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan
4. Mengevaluasi perilaku secara efektif

#### **2.2.1.5 Fungsi Komunikasi**

Fungsi Komunikasi menurut Onong Unchjana Effendy dalam buku “Dimensi-Dimensi Komunikasi” adalah sebagai berikut:

##### **1. *Public information***

Maksudnya adalah memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar dan akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan secara mendalam sehingga melahirkan teori baru yang akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan.

## **2. *Public Education***

Maksudnya adalah kegiatan komunikasi masyarakat dengan memberikan berbagai informasi agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Mendidik masyarakat yang mempunyai arti luas adalah memberikan informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa.

## **3. *Public Persuasion***

Maksudnya adalah mempengaruhi masyarakat. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut kearah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan.

## **4. *Public Entertainment***

Maksudnya adalah untuk menghibur masyarakat. Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat yang banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

### **2.2.1.6 Bentuk-bentuk Komunikasi**

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dimensi-dimensi komunikasi, menyatakan bahwa dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk, yaitu:

1. Komunikasi antar pribadi yaitu komunikasi antara dua orang dimana terjadinya kontak langsung dalam bentuk sebuah percakapan. Komunikasi ini juga bisa berlangsung berhadapan atau secara *face to face*, bisa melalui

media elektronik seperti telepon. Ciri khas dari komunikasi antar pribadi ini sifatnya dua arah timbal balik (*two way communication*)

2. Komunikasi kelompok yaitu antar seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikan) yang berkumpul secara bersamaan dalam bentuk sebuah kelompok.
3. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang melalui media massa modern yang meliputi seperti surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas seperti halnya radio atau siaran televisi yang diajukan kepada umum. (Effendy, 2000;48)

Ketiga macam komunikasi tersebut dapat digunakan dalam suatu kegiatan komunikasi yang lebih dulu telah disesuaikan dengan suatu tujuan yang akan dilakukan. Dalam hal ini menyangkut materi yang akan disampaikan, media yang akan digunakan dan kondisi yang akan dihadapi.

## **2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pendidikan**

### **2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Pendidikan**

Komunikasi pendidikan adalah proses yang terlibat dua komponen yang terdiri atas manusia, yakni pengajar sebagai komunikator dan pelajar sebagai komunikan.

Tujuan Pendidikan adalah khas atau khusus, yakni meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga dapat menguasainya. Kekhususan inilah yang dalam proses komunikasi melahirkan istilah-istilah khusus seperti penerangan, propaganda, indoktrinasi, agitasi, dan Pendidikan.



Pengertian Pendidikan adalah usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai nilai-nilai yang didalam masyarakat dan kebudayaan. Sedangkan secara luas, Pendidikan adalah segala pengalaman belajar yang berlangsung disegala lingkungan dan sepanjang hidup.

Istilah komunikasi Pendidikan terbilang belum akrab didengar oleh kalangan pemerhati dan praktisi Pendidikan. Namun dalam dunia Pendidikan, komunikasi hakikatnya adalah ruh dari keberlangsungan Pendidikan itu sendiri. Tanpa itu semua Pendidikan akan kehilangan cara dan orientasi dalam membangun kualitas yang diharapkan.

Para ahli komunikasi memiliki definisi yang berbeda antara satu lainnya. Perbedaan ini disebabkan oleh beberapa faktor, baik faktor Pendidikan, politik, budaya, sosial, maupun faktor-faktor lainnya.

Moh Gufron mendefinisikan komunikasi Pendidikan secara sederhana:

“Komunikasi yang terjadi dalam suasana belajar. Komunikasi Pendidikan secara istilah suatu tindakan yang memberikan kontribusi yang sangat penting dalam pemahaman dan praktik interaksi serta tindakan seluruh individu yang terlibat dalam dunia Pendidikan”.

Komunikasi adalah konsep yang digunakan secara luas, setiap orang akan mengetahui bahwa tidak ada kesepakatan yang tuntas diantara para ahli tentang apa yang sudah diuraikan diatas. Sejumlah orang beranggapan bahwa komunikasi tidak terjadi terkecuali pihak penerima dikenai oleh pesannya.

Komunikasi Pendidikan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Baik secara verbal maupun non verbal. Kemudian komunikasi disini dapat dikendalikan dan dikondisikan untuk tujuan Pendidikan.

### **2.2.2.2 Komponen Dasar Pendidikan**

Setiap aspek kehidupan, terdapat beberapa bagian atau unsur-unsur yang menyusun dan merangkainya hingga bisa menjadi satu kesatuan yang utuh.

Seseorang tidak bisa menyebutnya sebuah rumah yang sempurna jika rumah tersebut tidak mempunyai lantai, dinding, atap atau bahkan pintu. Demikian juga dengan sekolah tidak dapat dikatakan sekolah sempurna bila tidak memiliki unsur-unsur seperti guru, siswa, kurikulum dan proses belajar mengajar.

Penulis menyimpulkan komponen dasar komunikasi adalah bagian yang sangat wajib bagian yang sudah pasti menjadi penyokong atau pembentuk sesuatu, yang sifatnya mendasar. Hal tersebut juga berlaku pada komunikasi Pendidikan.

Komponen atau unsur komunikasi yang membangun terjadinya sebuah komunikasi, sebelumnya dapat diartikan kembali, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang pada oranglain dengan tujuan tertentu. Laswell sebagaimana dikutip Deddy Mulyana bahwa:

Komunikasi bisa berjalan dengan baik harus ada beberapa komponen. Seperti sama halnya orang yang menyampaikan informasi (komunikator), pesan yang akan disampaikan, orang yang menerima informasi (komunikan), media dimana pesan disampaikan kepada komunikan, tanggapan dari penerima pesan atas isi pesan dari pihak lain (umpan balik), dan aturan yang disepakati oleh para komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan.

Laswell yang di kutip Reed H (2003 : 9) mengatakan bahwa, modal dasar untuk memahami sebuah proses komunikasi adalah tentang siapa, mengatakan apa, melalui saluran yang mana, kepada siapa, dengan efek apa, (saluran, sumber, pesan,

penerima, efek) yang bisa diartikan jika komunikasi hanya bisa terjadi apabila didukung oleh adanya beberapa poin diatas.

M. Nurul Huda menjelaskan komponen-komponen Pendidikan yang melibatkan komunikasi yang terdiri dari.

1. Subjek yang dibimbing (peserta didik) dimana dalam komunikasi berperan sebagai komunikan yaitu penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator (pendidik).
2. Orang yang membimbing (pendidik) yang didalam proses komunikasi berperan sebagai komunikator yang menyampaikan sebuah pesan atau informasi yang berupa materi pembelajaran
3. Interaksi anantara siswa dengan guru
4. Kearah mana bimbingan. Tujuan Pendidikan juga sangat dipengaruhi apakah proses komunikasinya berjalan dengan baik dan efektif atau tidak.
5. pengaruh yang diberikan dalam materi Pendidikan.
6. Cara yang digunakan dalam (alat dan metode) merupakan sebuah proses komunikasi berlangsung bagaimana metode pengajaran yang dilakukan.
7. Tempat dimana peristiwa berlangsung (lingkungan Pendidikan)

Pendidikan adalah sebuah kunci dan strategis dalam menciptakan suasana belajar yang kondusif dalam mengarahkan peserta didik tidak lepas dari bagaimana cara pendidik untuk mencapai tujuannya. Siswa merupakan subyek utama dalam pembelajaran. Karena berhasil atau tidaknya peserta didik tidak lepas dari bagaimna cara belajarnya baik secara individu maupun secara kelompok.

### **2.2.3 Tinjauan Fungsi Komunikasi Pendidikan**

Komunikasi merupakan jantung dari keberlangsungan dunia Pendidikan yang memiliki fungsi terhadap peristiwa Pendidikan itu sendiri. Fungsi suatu komunikasi juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya. Dalam fungsi-fungsi komunikasi didalam dunia Pendidikan sebagai berikut:

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

Komunikasi sebagai komunikasi sosial yang mengisyaratkan bahwa komunikasi sangatlah penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, dan memperoleh kebahagiaan. Dalam ruang lingkup Pendidikan siswa yang akan berinteraksi dengan sesama siswa, guru, kepala sekolah, tokoh masyarakat dan lain-lain. Seseorang yang tidak pernah melakukan komunikasi akan tersesat. Karena tidak menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Termasuk sekolah juga yang merupakan lingkungan sekolah.

#### **2. Fungsi komunikasi ekspresif**

Komunikasi ekspresif sangat berkaitan erat dengan fungsi komunikasi sosial, bisa dilakukan baik secara personal maupun dilakukan secara kelompok. Komunikasi ini tidak bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh mana komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan sebuah pesan (emosi) seseorang. Karena perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan nonverbal.

### 3. Fungsi komunikasi ritual

Komunikasi ritual ini berfungsi berfokus pada komitmen anggota terhadap nilai-nilai agama, tradisi maupun budaya komunitas didalam dunia Pendidikan.

### 4. Fungsi komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu yang menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, merubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga yang dapat menghibur. Komunikasi ini berfungsi untuk menginformasikan (*how to inform*) yang mengandung pesan persuasif yang mempunyai arti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak.

## 2.2.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

### 2.2.4.1 Pengertian strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari kata Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang mempunyai arti tantara dan kata "*agein*" yang mempunyai arti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah pemimpin tantara. Lalu muncul kata tantara *strategos* yang artinya pemimpin tantara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang pada jenderal (*The Art of General*), atau sebuah rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu bagaimana taktik operasionalnya.”. (Effendy, 2003:300)

Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Middleton (1980) dalam buku Cangnara (2013: 61) menyatakan bahwa:

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dimulai dari komunikator, pesan, media, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal,”

Dalam pemilihan strategi merupakan langkah yang krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam sebuah perencanaan komunikasi, karena jika pemilihan salah strategi komunikasi salah atau keliru maka hasil yang akan didapatkan bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga.

#### **2.2.4.2 Tujuan Strategi Komunikasi**

Dalam buku ilmu komunikasi yang ditulis oleh Effendy, tujuan yang bersifat sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* terdiri dari menjadi 3 tujuan utama, yaitu :

1. *To secure understanding*, adalah memastikan jika komunikasi mengerti pesan yang diterimanya.
2. *To establish acceptance*, adalah setelah mengerti dan menerima pesan tersebut komunikasi tersebut harus dibina,
3. *To motive action*, setelah menerima keduanya yaitu menerima dan dibina akhir kegiatan tersebut dimotivasi.

### **2.2.4.3 Hubungan Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi**

Dalam menyusun strategi komunikasi sangat diperlukan suatu pemikiran dan perhitungan akan faktor-faktor pendukung dan faktor penghambat. Akan lebih baik apabila didalam strategi komunikasi itu sendiri diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktr pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.

Hal yang harus diperhatikan saat menyusun strategi komunikasi (Effendy, 2013: 35) adalah sebagai berikut :

1. Mengenal Sasaran Komunikasi

Dalam melancarkan komunikasi, sangat perlu dipelajari terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau lebih dari beberapa media, tergantung pada sebuah tujuan yang akan dicapainya, kesan yang dicapai, kesan yang disampaikan, dan teknik yang digunakan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan dalam komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti halnya menentukan teknik apa saja yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan.

#### 4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Peranan komunikator menjadi dua faktor yang sangat penting yang perlu diperhatikan oleh komunikator saat sedang menyampaikan suatu pesan, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

#### **2.2.4.4 Jenis jenis strategi pembelajaran**

Adapun jenis-jenis dalam strategi pembelajaran yang terbagi menjadi beberapa macam diantara lainnya ialah:

##### 1. Strategi Deduktif

Strategi deduktif materi pelajaran yang diolah dari mulai yang umum, atau rumusan yang bersifat khusus atau bagian-bagian, bagian itu bisa berupa sifat, atribut atau bisa juga dengan ciri-ciri

##### 2. Strategi Induktif

Strategi Induktif materi pelajaran yang diolah mulai dari yang khusus, seperti (ciri, sifat atau atribut) yang umum, rumusan kedua adalah atas pertimbangan pihak pengelola pesan

##### 3. Strategi Ekspositorik

Strategi Ekspositoris materi pembelajaran yang diolah oleh guru, siswa hanya “terima jadi” dari guru. Dengan strategi ekspositorik ini guru yang mencari materi dan mengolah untuk mengajar yang kemudian menyampaikan.



#### 4. Strategi Hueristik

Strategi Hueristik materi pembelajaran yang diolah oleh siswa. Siswa yang aktif untuk mencari dan mengelola sebuah materi untuk disampaikan ketika pelajaran.

### 2.2.5 Tinjauan Tentang Media Pembelajaran

#### 2.2.5.1 Pengertian Media Pembelajaran

Dikutip Menurut Danim (2010:8) dalam bukunya berpendapat bahwa

“Media Pendidikan merupakan seperangkat alat bantu atau pelengkap yang digunakan oleh pendidik atau guru dalam rangka berkomunikasi dengan siswa-siwi atau peserta didik. Alat bantu tersebut adalah media Pendidikan sedangkan komunikasi adalah sistem penyampaiannya”.

Definisi media pembelajaran menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, media pembelajaran adalah sebuah proses disekitar ruang lingkup proses belajar mengajar tersebut.

#### 2.2.5.2 Fungsi Media Pembelajaran

Fungsi media pembelajaran adalah sebagai pembawa informasi dari sumber (guru) menuju penerima (siswa). Menurut Azhar (2011 :21) mengungkapkan bahwa “media berfungsi untuk tujuan intruksi dimana informasi yang terdapat dalam media itu harus melibatkan siswa, dalam segala bentuk apapun sehingga pembelajaran dapat terjadi”. Azhar (2011 : 16-17) mengutip dari pernyataan Levie & Lentz (1982) yang mengungkapkan empat fungsi media pembelajaran, khususnya media visual, yaitu :

1. Fungsi Atensi
2. Fungsi Afektif
3. Fungsi Kognitif

#### 4. Fungsi Kompensatoris

### 2.2.5.3 Jenis Media Pembelajaran

Azhar (2011 : 33-35) dalam bukunya mengutip pengelompokan berbagai jenis media apabila dilihat dari perkembangan teknologi oleh Seels & Glasgow (1990 : 181-183) dibagi menjadi dua kategori luas, yaitu:

1. Pilihan Media Traditional
  - a. Visual diam yang diproyeksikan (tidak tembus pandang, slides, filmstrips.)
  - b. Visual yang tidak diproyeksikan (foto, grafik, chart, pameran, diagram, gambar, poster)
  - c. Audio (pita kaset, reel, rekaman piringan)
  - d. Penyajian multimedia (tape, multi image)
  - e. Visual dinamis yang diproyeksikan (televisi, flim, video)
  - f. Cetak (modul, teks terprogram, majalah ilmiah, buku teks)
  - g. Realita (simulasi, permainan papan)
2. Pilihan Media Teknologi Mutahir
  - a. Media yang berbasis telekomunikasi (kuliah jarak jauh)
  - b. Media berbasis mikroprosesor (interaktif, *hypermedia*, *video*, sistem tutor inteljen, permainan komputer).

### 2.3 Tinjauan Juz ‘Amma

Juz amma yang merupakan Juz ketiga puluh dari kitab suci Al-Qur’an dan bagian yang paling sering didengar dan palig sering dibaca. Ketika pertama kali

belajar membaca Al-Quran dimasa kecil, hal pertama yang dipelajari adalah membaca dan menghafal surat surat pendek yang terdapat dalam Juz Amma. Di tambah lagi kebanyakan para imam di masjid lebih sering membaca surat-surat pendek yang terdapat dalam Juz ‘Amma dari pada membaca surat-surat dalam Juz lainnya, baik secara lengkap maupun berupa penggalan surat. Sehingga dengan demikian surat-surat tersebut terasa begitu akrab dan tidak asing lagi ditelinga, bahkan banyak yang hafal diluar kepala.

Juz ‘Amma merupakan Juz dengan jumlah surat terbanyak. Didalamnya terdapat 37 surat dimulai dengan surat An-Naba dan diakhiri surat An-Nas. Sebagian besar dari surat-surat tersebut yaitu sebanyak 34 surat merupakan surat makiyah yaitu surat yang turun sebelum Rasul hijrah ke Madinah. Sedangkan tiga surat sebelumnya yakni A;-Bayinah, Al-Zalzalah, dan An-Nashr merupakan surat madaniyah yaitu surat yang turun setelah Rosul hijrah kemadinah.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang wajib untuk dipenuhi, karena dengan Pendidikan manusia dapat memperoleh keterampilan dan ilmu pengetahuan sebagai salah satu bekal untuk hidup dimasa depan. Untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan dapat dilakukan dengan berbagai banyak cara, salah satunya adalah dengan cara pembelajaran. Keberhasilan proses pembelajaran dapat dilihat dari proses belajarnya, untuk mendapatkan hasil yang maksimal sangat diperlukan berbagai faktor yang mendukung.

Strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai cara seseorang untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan tetapi seseorang itu juga harus mempunyai rasa tanggung jawab sosial sebagai sumber informasi atau memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Aspek tanggung jawab dalam diri seseorang sangatlah penting. Karena tidak hanya mementingkan keuntungan materi bagi lembaga atau perusahaan, tetapi simpati atau empati bagi khalayak, oleh karena itu salah satunya adalah kurikulum, media pembelajaran, metode pembelajaran, serta sarana dan prasarana yang mendukung sebuah proses belajar mengajar disekolah. Dalam menjalankan sebuah strategi komunikasi didalam sekolah harus mempunyai cara yang benar dalam menyampaikan sebuah pesan kepada muridnya.

Dari penelitian ini peneliti mengambil defisini strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa :

“Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana cara operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam artian kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi adalah sebuah penentu berhasil atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi berupa pesan yang akan disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*flamed multi media strategi*) maupun mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi yang ganda”. (Effendi, 2000 : 300).

Melihat dari definisi diatas, memperkuat tentang tujuan, pesan serta media yang akan dijadikan sebagai subfokus oleh peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari subfokus tersebut adalah :

1. Tujuan : arah, sasaran, maksud yang akan dicapai. Komunikasi/organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan yaitu membuat siswa dan siswi SD islam terpadu pentingnya memiliki pembiasaan untuk menjaga hafalannya.
2. Pesan : setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik secara lisan maupun tertulis, yang disampaikan oleh guru SD islam terpadu kepada siswa-siswinya. Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Pesan dapat inti dari setiap proses Strategi Komunikasi yang terjalin. Pesan yang telah direncanakan dan dikirimkan saat kegiatan stratgei komunikasi berlangsung.
3. Media : saluran penyampaian pesan atau informasi kepada siswa-siswi, baik itu melalui media cetak maupun media elektronik.

Dari pernyataan di atas menjelaskan bahwa dengan demikian strategi komunikasi baik secara makro maupun secara mikro berfungsi untuk menyebarluaskan pesan pada komunikasi yang bersifat informatif, persuasive, dan intruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh sebuah hasil yang optimal dengan menggunakan dan mematangkan sebuah perencanaan, pesan, media, dan tujuan pada strategi komunikasi yang sedang dijalankan.

Stratgei komunikasi yang dilakukan dan ditetapkan berkaitan dengan penyampaian guru dalam meningkatkan semangat menghafal siswa-siswi dalam menghafal juz ‘ama di SD Islam terpadu Al-Anwar.

Peneliti mengaplikasikan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan yang ada dilapangan. Landasan teori yang digunakan tersebut

dikemukakan Onong Uchjana Effendy: 2000: 300 mengenai tentang Strategi Komunikasi, sehubungan dengan strategi komunikasi guru SD islam terpadu dalam meningkatkan semangat menghafal juz ‘ama siswanya.

Dalam pengaplikasian dari teori ini dituangkan menjadi satu, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan

SD Islam Terpadu Al-Anwar mempunyai arah, sasaran, maksud yang akan dicapai komunikasi/organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan yaitu membuat para siswa-siswi pentingnya mempunyai pembiasaan untuk menjaga hafalan.

2. Pesan

Pesan yang disampaikan melalui strategi komunikasi guru SD islam terpadu dalam meningkatkan semangat menghafal juz ‘ama pada siswanya. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses strategi komunikasi yang terjalin. Pesan yang telah direncanakan dan dikirimkan saat kegiatan strategi komunikasi berlangsung.

3. Media

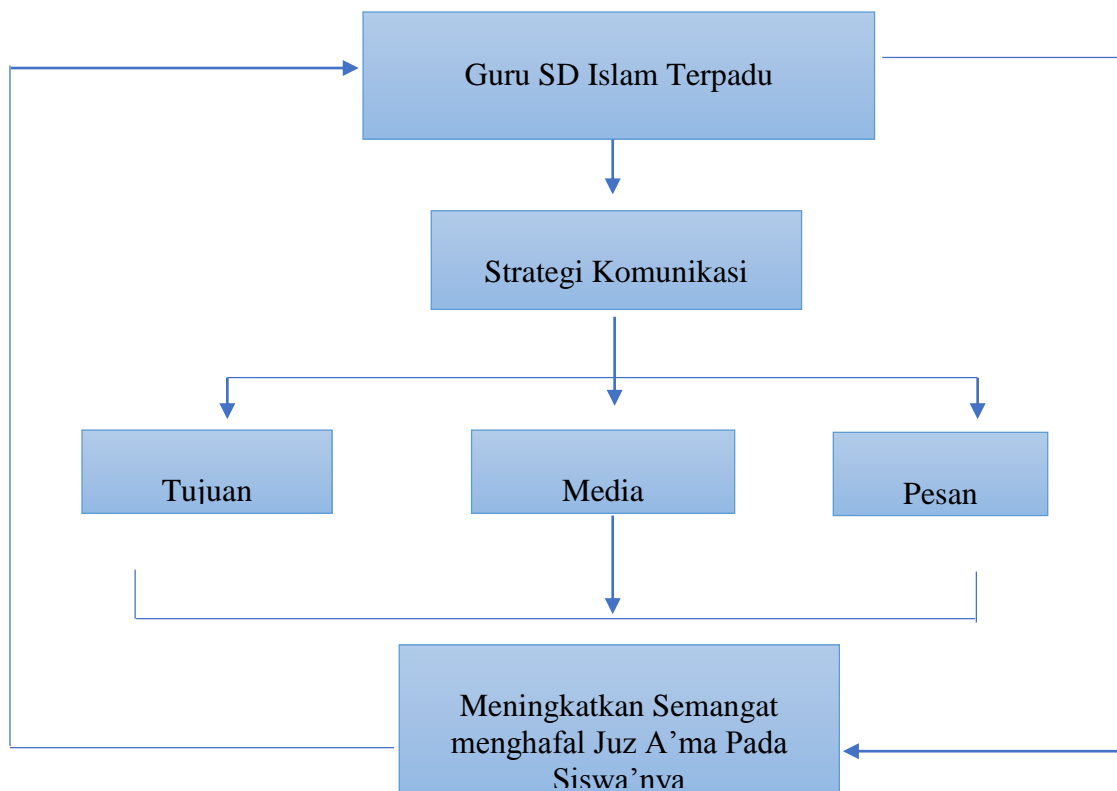
Penggunaan media atau saluran oleh SD islam terpadu dalam meningkatkan semangat menghafal juz ‘ama siswanya baik secara lisan ataupun elektronik adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yang khalayaknya berjumlah banyak.

Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan tentang fokus penelitian yang menggambarkan dari definisi strategi komunikasi

sebagai fokus penelitian ini, yang mencakup kajian dalam penelitian ini mengenai strategi komunikasi Guru SD Islam Terpadu dalam meningkatkan semangat menghafal juz ‘ama pada siswanya.

Pada penjelasan diatas dapat digambarkan beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini, yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi ini menyangkut tentang tujuan, pesan, media yang terjadi di SD islam terpadu dalam meningkatkan semangat menghafal juz ‘ama pada siswanya. Dari penjelasan diatas, peneliti mencoba untuk mengaplikasikannya kedalam gambar mengenai kerangka pemikiran yang dapat diliha dibawah ini :

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Peneliti 2023*