

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang dilakukan untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang sedang dipelajari. Memilih koleksi penelitian yang relevan, kemudian ajukan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Kajian pustaka melibatkan mengidentifikasi, menemukan, dan menganalisis dokumen secara sistematis yang berisi informasi tentang masalah penelitian.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Berkaitan dengan dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa judul dari penelitian ini adalah **“Strategi Komunikasi Pengurus Dalam Mengembangkan Kualitas Diri Anggota Keluarga Mahasiswa Garut”**.

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan

dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut ini adalah tabel 2.1 dan peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang penelitian sejenis tentang Strategi Komunikasi dan Kualitas Diri.

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Peneliti
1	Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung (Universitas Komputer Indonesia, Hilda Apriliyani, 2020)	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi komunikasi sangat penting dalam mencapai tujuan dalam membangun kesadaran pentingnya gaya hidup halal dengan menjalankan strategi secara maksimal dan dipengaruhi dengan komunikasi internal yang lancar.	Penelitian peneliti terdahulu berfokus pada strategi komunikasi pada pentingnya gaya hidup halal Pada generasi milenial. Sedangkan penelitian peneliti berfokus pada strategi pengurus pada pengembangan kualitas diri anggotanya
2	Pola Komunikasi Organisasi Pengurus Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Sumatera Utara (Universitas Muhammadiyah, Sumanjaya, Sumatera Utara 2021)	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pola komunikasi yang digunakan adalah pola komunikasi bintang karena seluruh pengurus organisasi dapat saling berkomunikasi satu sama lainnya tanpa ada birokrasi yang menyulitkan mereka.	Perbedaan penelitian peneliti terdahulu yaitu berfokus pada pola komunikasi pengurus Persatuan Wartawan Indoensia sedangkan penelitian peneliti berfokus pada strategi komunikasi pengurus Keluarga Mahasiswa Garut
3	Hakikat Pendidikan Karakter dalam Meningkatkan Kualitas Diri pada Anak Usia Dini (Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta, Ardiyanti & Khairiah, 2021)	Kualitatif	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam membentuk pendidikan karakter dan meningkatkan kualitas diri hal yang perlu diperhatikan pertama adalah mengetahui tahap perkembangan anak-anaknya, kedua dibutukannya strategi	Penelitian peneliti terdahulu berfokus pada hakekat pendidikan karakter dalam meningkatkan kualitas diri pada anak usia dini sedangkan penelitian peneliti berfokus pada strategi pengurus Keluarga Mahasiswa Garut dalam

			<p>dan pembiasaan yang bersifat holistic-integratif yang berkesinambungan sehingga nilai-nilai baik yang diberikan diharapkan dapat melekat dalam diri anak. Serta dibutuhkan pendidik yang teladan dalam membina dan membentuk karakter anak sejak usia dini.</p>	<p>mengembangkan kualitas diri.</p>
--	--	--	--	-------------------------------------

Sumber: Peneliti, 2023

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu cara yang dilakukan seorang individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya, dengan bermacam tujuan yang ingin diraihinya. Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan dasar, sama dengan kebutuhan makan minum dan berpakaian. Satu hari tanpa makan dan minum, tubuh akan merasa lemas karena tak ada asupan dan nutrisi yang dicerna tubuh. Sama halnya dengan komunikasi, satu hari tanpa berkomunikasi maka hidup terasa hampa, hening dan sepi. Berbagai kepustakaan menyebutkan bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena sifat makhluk sosial yang dimiliki manusia yang membutuhkan kehadiran orang lain di hidupnya. (Milyane et al., 2022)

Proses komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pikiran atau emosi oleh seorang komunikator (penyampai pesan) kepada seorang komunikan (penerima pesan). Pikiran bisa berupa ide, informasi dan juga pendapat. Sedangkan emosi dapat berbentuk marah, keyakinan, kebimbangan, kepastian,

kekhawatiran dan juga keberanian. Komunikasi merupakan cara kita “mengutarakannya”. Komunikasi mempunyai makna yang lebih luas daripada sekadar apa yang selama ini kita tahu. Komunikasi merupakan pengantaran informasi yang didapatkan oleh pengiriman rangsangan berlandaskan suatu sumber yang dibalas penerima, komunikasi dapat juga dimaknai pertukaran gagasan-gagasan. (Asriwati, 2021)

Redi Panuju yang dikutip dari buku Solihat, Maulin dan Solihin berjudul “*Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*” Komunikasi adalah:

“Komunikasi sering diartikan sebagai upaya pemindahan/transfer informasi/pesan-pesan (*massage*) dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) untuk tercapai kondisi saling pengertian (*mutual understanding*)” (Redi Panuju dalam Solihat et al., 2015:3)

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri atas komunikator dan juga komunikan yang didalam prosesnya terjadi pengiriman, pertukaran yang nantinya akan menghasilkan situasi saling memahami antar individu yang melakukan komunikasi.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Dalam buku Solihat, Maulin dan Solihin berjudul “*Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*”, William I. Gordon dalam Mulyana (2005:5-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, desa, Negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

- a. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita.
 - b. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar yang mana meski mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.
 - c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan.
2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih,

takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut.

2.1.1.3 Tujuan Komunikasi

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi yang diambil dalam Dalam buku Solihat, Maulin dan Solihin berjudul "*Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*" adalah sebagai berikut:

1. *Social Change/Social Participation*

Perubahan Sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya supaya masyarakat ikut serta dalam pilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat dan sebagainya.

2. *Attitude Change*

Perubahan Sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

3. *Opinion Change*

Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

4. *Behaviour Change*

Perubahan perilaku. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya

adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat. (Onong Uchjana Effendy, dalam buku *Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*, Solihat et al., 2015: 10)

2.1.1.4 Unsur-unsur Komunikasi

Unsur melihat sebuah proses komunikasi secara lebih utuh, seperti diungkapkan Lasswell dalam buku "*Pengantar Ilmu Komunikasi: Welcome To The World Of Communications*" dimana komunikasi sebagai sebuah proses yakni penyampaian pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) melalui media yang menimbulkan efek tertentu, (Rismawaty et al., 2014: 96)

Menurut Cangara dalam buku "*Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*", menyebutkan bahwa unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, partai, organisasi atau lembaga.

2. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau *Interpersonal Skill* melalui media komunikasi yang isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3. Media

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi antarpribadi panca indera dan berbagai saluran komunikasi seperti telepon, telegram digolongkan sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan atau apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan.

6. Tanggapan balik

Umpan 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

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan dalam empat macam yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan lingkungan dimensi waktu. (Cangara dalam buku *“Interpersonal Skill: Tips Membangun Komunikasi dan Relasi Solihat et al., 2015: 11-12)*

2.1.1.5 Konteks Komunikasi

Menurut Ramadanty dalam buku "*Ilmu Komunikasi*" bahwa konteks disini mempunyai arti lingkungan dimana sebuah proses komunikasi sedang berlangsung. Konteks memiliki arti pengkategorian proses komunikasi. Konteks komunikasi ini bersifat situasional artinya proses komunikasinya dibatasi oleh beberapa faktor antara lain jumlah personal yang melakukan komunikasi, media yang digunakan dalam komunikasi, sifat umpan baliknya serta jarak interaksinya.

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi Intrapersonal menurut Liliweri dalam buku "*Ilmu Komunikasi*" merupakan komunikasi yang terjadi di dalam diri seseorang. Individu berperan sebagai komunikator dan juga sebagai komunikan, dimana bahasa dan pikiran seseorang dipakai secara internal. Partisipasi yang terjadi dalam komunikasi intrapersonal adalah partisipasi aktif dari internal seseorang dalam mengelola pesan. Dimana individu secara aktif memberikan umpan balik.

2. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antar individu. Sedangkan menurut Knapp dan Daly dalam (Liliweri, 2015) komunikasi antarpersonal merupakan komunikasi antara individu dengan individu lainnya meski tidak dilakukan secara tatap muka. Komunikasi antarpersonal merupakan proses dimana seseorang memberikan stimulus pesan baik itu pesan verbal maupun non verbal yang sudah ada di dalam benak lawan bicaranya.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi antara seseorang sebagai sumber pesan kepada orang sebagai penerima pesan. Komunikasi kelompok juga memiliki pengertian komunikasi yang terjadi antara kelompok lain sebagai penerima pesan.

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Purbaningrum dalam buku "*Ilmu Komunikasi*" adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi baik formal atau non formal. Komunikasi terjadi di dalam organisasi itu sendiri bak itu yang terjadi di dalam organisasi maupun yang ada di luar organisasi. Proses komunikasi ini berlangsung demi tercapainya sebuah tujuan dari organisasi tersebut.

5. Komunikasi Publik

Komunikasi publik memiliki pengertian komunikasi yang terjadi antara seseorang individu dengan khalayak banyak. Melalui komunikasi publik, biasanya sumber pesan atau komunikator memiliki tujuan.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Brainer merupakan sebuah pesan yang disalurkan melalui media massa, dimana media massa ini baik itu media cetak maupun media massa elektronik. Media massa cetak meliputi buku, surat kabar atau koran, tabloid, dan majalah. Sedangkan yang termasuk media massa elektronik yakni radio, televisi dan film. (Dalam buku *Ilmu Komunikasi*, Dyatmika, 2021)

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Mengutip dari buku “*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*”, Effendy menyebutkan bahwasanya:

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya” (Effendy, 2009: 32).

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective communication* (dalam buku *Strategi Komunikasi yang Efektif: Communication for Behavioral Impact*, Asriwati, 2021), menjelaskan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:

1. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikasi paham terhadap pesan yang ia terima.
2. *To establish acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimanya itu mesti dibina agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik.
3. *To motivate action*, yaitu aktivitas komunikasi bertujuan untuk memberi motivasi untuk mengubah perilaku.

Dalam rangka mengatur taktik komunikasi, komunikator harus dengan memperhatikan hal-hal yang menunjang dan menghambat pencapaian tiga tujuan (kepahaman, penerimaan dan perubahan perilaku). Agar dapat menciptakan komunikasi dengan baik maka terdapat beberapa tahap yang mesti diikuti. Berdasarkan pendapat Anwar Arifin dalam jurnal *Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administasi*

Kemennnterian Agama RI, ada tiga langkah penting yang diperlukan untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

- 1) Mengenal khalayak. Hal ini adalah langkah pertama bagi komunikator supaya komunikasi yang dilakukan berjalan efektif.
- 2) Menyusun pesan. Munculnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan amatlah penting agar pesan mencapai tujuannya. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Jika pesan mendapatkan perhatian khalayak, maka pesan telah memenuhi syarat primer dalam mensugesti khalayak.
- 3) Menetapkan metode. Setelah mengetahui kondisi khalayak dan memilih materi, langkah selanjutnya adalah memilih metode penyampaian pesan kepada khalayak. Metode yang tepat akan sangat berperan dalam menunjang komunikasi yang efektif.

Keberhasilan strategi komunikasi organisasi tentunya tidak dapat begitu saja diperoleh, tanpa menganalisa keunggulan dan kesiapan semua komponen yang terlibat di dalam organisasi, bahwa strategi komunikasi organisasi berperan sebagai target perusahaan sehingga sesuai dengan tujuan dan sasaran yang akan tercapai. Melalui strategi komunikasi organisasi ini diperlukan elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai kepada pengaruh (efek). Untuk menjamin agar strategi komunikasi organisasi berhasil secara efektif dan efisien.

2.1.3.4 Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menata strategi komunikasi dibutuhkan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikan sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum kita mengefektifkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar-komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apa pun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

1) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi (*frame of reference*)-nya. Seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain. Ada yang berbeda secara ekstrem seperti

antara murid SD dengan seorang mahasiswa atau seorang petani dengan seorang diplomat.

2) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksudkan dengan situasi di sini ialah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat proses komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilakukan.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional hingga yang modern dimana saat ini banyak dipergunakan. Kita bisa menyebut seperti kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi yang pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Seperti telah disebutkan sebelumnya, apa pun tekniknya, pertama-tama komunikator harus memahami pesan komunikasi itu.

Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berusaha menghindari pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus kita katakan karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian konotatif itu perlu diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan. Jika dibiarkan, bisa menimbulkan pemaknaan yang salah.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilakukan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi sukses ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menjelaskan soal kesehatan. Seorang perwira kepolisian akan

memperoleh kepercayaan bila ia membahas soal keamanan dan ketertiban masyarakat. Seorang duta besar akan mendapat kepercayaan kalau ia berbicara mengenai situasi internasional, dan sebagainya.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikasi harus bersikap empatik (*empathy*), yaitu kemampuan seseorang untuk menunjukkan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika orang tersebut berkomunikasi dengan komunikasi yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi sangat penting karena dengan adanya komunikasi seseorang bisa berhubungan dengan orang lain dan saling bertukar pikiran yang bisa menambah wawasan seseorang dalam bekerja atau menjalani kehidupan sehari-hari. Maka, untuk membina hubungan kerja antar pegawai maupun antar atasan bawahan perlulah membicarakan komunikasi secara lebih terperinci.

2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi sangat penting karena melalui komunikasi seseorang dapat terhubung dengan orang lain dan berbagi ide yang dapat meningkatkan visi di tempat kerja atau dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu, untuk meningkatkan hubungan kerja antara karyawan dengan atasan dan bawahan, perlu dibahas komunikasi secara lebih detail.

Menurut Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi, baik dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi.

Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin studi yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat. Meskipun kita mengakui nilai keberadaan teoritis, praktis, dan pengkritik, dalam sebuah buku pengantar semua kebutuhan tidak dapat dibahas secara merata. (Pace dan Faules dalam buku *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, 2010: 25)

2.1.4.2 Arah Arus Komunikasi Organisasi

Arah arus komunikasi organisasi dibagi menjadi 2 yaitu arah arus komunikasi internal dan arah arus komunikasi eksternal.

1. Arah arus komunikasi organisasi Internal

Arah arus komunikasi organisasi internal merupakan komunikasi organisasi yang terjadi di dalam organisasi. Ada beberapa jenis di dalamnya:

a. *Downward Communication*

Komunikasi ini dilakukan dari atasan dan bawahan. Jenis informasinya diantaranya adalah:

- 1) Informasi dari atasan pada bawahan tentang bagaimana melakukan sebuah tugas. Informasi ini penting agar tidak ada kesalahan fatal dalam melakukan pekerjaan.
- 2) Informasi dari atasan pada bawahan tentang dasar pemikiran melakukan pekerjaan, yakni menginformasikan bawahan kenapa pekerjaan tersebut penting untuk dikerjakan.

- 3) Menginformasikan pada bawahan tentang kebijakan dan tata kerja yang ada di organisasi.
- 4) Menginformasikan tentang kinerja bawahan dan pegawainya.
- 5) Menginformasikan agar kepemilikan terhadap organisasi melalui tugas yang diberikan.

b. *Upword Communication*

Komunikasi antar bawahan kepada atasan. Berikut beberapa fungsinya:

- 1) Menyampaikan informasi bahwa tugas yang yang sangat penting diberikan atasan sudah dikerjakan oleh bawahan.
- 2) Memberitahukan bahwa tugas yang diberikan tidak dapat dikerjakan.
- 3) Menyalurkan saran demi perbaikan terhadap organisasi.

c. *Horizontal Communication*

Komunikasi yang terjadi antara anggota dengan anggota, pimpinan dengan pimpinan. Tujuan dari komunikasi horizontal ini sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengelolaan mengenai pekerjaan yang tengah dikerjakan atau yang akan dikerjakan.
- 2) Selain menyalurkan informasi mengenai sebuah teknis kegiatan atau kegiatan yang tengah terjadi.
- 3) Dapat juga digunakan untuk mengatasi masalah yang tengah terjadi.
- 4) Menyatukan pemahaman dalam meraih sebuah tujuan.

5) Digunakan sebagai musyawarah, melakukan negosiasi, juga penengah atas perbedaan.

6) Meningkatkan dan mengokohkan dukungan antarpersonal.

Metode yang digunakannya dapat berupa:

1) Melalui rapat.

2) Interaksi dengan anggota lain selama jam istirahat.

3) Percakapan melalui *chat group* atau telepon.

4) Catatan atau memo diantara sesama anggota atau pegawai.

5) Melalui kegiatan sosial.

d. *Cross Channel Communication*

Komunikasi yang dilakukan dalam organisasi dimana seseorang dengan orang lain memiliki perbedaan pangkat dan berbeda bagian. Contohnya staff divisi produksi berkomunikasi dengan supervisor divisi *editing*.

2. Arah arus komunikasi organisasi eksternal

Komunikasi yang dilakukan dengan sebuah organisasi lain yang ada di luar organisasi atau komunikasi yang dilakukan dengan khalayak. Khalayak disini dapat dikategorikan sebagai media, masyarakat, pemerintah, tokoh agama, LSM, pemasang, iklan, investor, *influencer*, atau dengan kompetitor organisasi.

Public Relations dalam sebuah organisasi menjadi hal utama karena dapat memberikan informasi mengenai organisasi pada khalayak umum. Dapat

seputar visi misi, tujuan, ataupun produk dan jasa yang dikerjakan oleh organisasi tersebut.

Ada beberapa tujuan dari komunikasi eksternal ini, yakni:

- 1) Organisasi dapat berhubungan baik dengan pihak luar yang nantinya dapat mencapai visi misi dan tujuan dari organisasi tersebut.
- 2) Membuat *image* atau citra yang positif bagi organisasi.
- 3) Melalui *image* atau citra positif organisasi dapat menguntungkan organisasi tersebut. (Fithriyyah, 2021:53-63)

2.1.5 Tinjauan Tentang Kualitas Diri

2.1.5.1 Definisi Kualitas Diri

Menurut Iu Rusliana (Rusliana dalam Republika, 31 Maret 2016) Kualitas dan kemuliaan manusia ditentukan oleh pikiran, ucapan, dan tindakannya. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan berpikir tentang sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat. Bertutur dengan penuh kesantunan, terjaga lisan, dan jauh dari melukai perasaan. Bertindak memuliakan dirinya, bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungannya. Kualitas diri juga ditentukan oleh kesungguhan dan tidak menyepikan sesuatu. Boleh jadi, urusan itu kecil bagi kita, tapi besar bagi orang lain.

Kualitas diri (Dalam jurnal Peningkatan Kualitas Diri Dalam Membangun Hubungan Antar Anggota Keluarga, Santoso, 2018) merupakan gabungan dari nilai, kepribadian, sikap, cara berpikir dan kebiasaan yang dimiliki oleh seseorang. Dengan meningkatkan salah satu dari komponen di atas, secara tidak langsung kualitas diri itu akan berubah. Secara umum, kualitas dapat disebut sesuatu yang

berhubungan dengan pencapaian kehidupan manusia yang ideal dan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam perspektif individu kualitas berhubungan dengan tujuan, harapan, standar, dan hal-hal lain yang menjadi perhatian bagi individu tersebut. Dengan kualitas diri setiap orang diharapkan dapat tumbuh dan berkembang secara optimal supaya dalam mempraktikkan kegunaan-kegunaannya, baik sebagai manusia utuh, diri sendiri, optimalisasi potensi internalnya dan lingkungan sekitar dapat berjalan dengan baik.

2.1.5.2 Konsep Dasar Kualitas Diri

Kualitas dapat membangkitkan gairah hidup dalam meraih impian dan masa depan. Kualitas memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik keberhasilan yang dicita-citakan. Dengan kualitas yang dimiliki oleh individu dapat meningkatkan keahlian dalam melakukan apapun. Semakin tinggi kualitas yang dimiliki, semakin maksimal hasil yang akan diraih. Dengan kualitas diri, manusia dapat meningkatkan hubungan dengan manusia lainnya selain itu dapat berperan dan memberikan pelayanan yang lebih baik dan lebih luas guna menciptakan hubungan yang harmonis dengan orang lain.

2.1.5.3 Unsur Kualitas Diri

Hadari Nawawi (Dalam jurnal Syaparuddin & Elihami, 2020) memberikan ciri-ciri manusia berkualitas sebagai berikut :

- a. Memiliki pengetahuan memadai berupa pengetahuan umum dan khusus dibidangnya.

- b. Mampu mewujudkan bakat, perhatian, dan minatnya menjadi keterampilan dan bahkan keahlian untuk memasuki lapangan kerja dan mempunyai penghasilan.
- c. Jasmani yang sehat, termasuk juga mampu memelihara kesehatan agar terhindar dari penyakit. Hanya orang-orang yang sehat jasmaninya yang mampu berprestasi.
- d. Memiliki sifat-sifat yang mendasari terbentuknya sikap dan perilaku sosial yang tepat dan terpuji, terutama berupa kepekaan atau kepedulian sosial yang tinggi dan sebagai warga negara yang baik.
- e. Kepribadian mandiri yang dalam mengaktualisasikan diri sebagai individu bersama dan dalam kebersamaan yang lain, terutama melalui kegiatan yang disebut bekerja mampu mengkomodasikan sifat-sifat baik manusia, yang memungkinkannya meraih sukses dalam perjuangan hidup yang semakin berat dari zaman ke zaman.
- f. Memiliki kemampuan mengendalikan diri untuk tidak melanggar yang diperintahkan dan sebaliknya, tidak memperturutkan yang dilarang Tuhan Yang Maha Esa. Manusia berkualitas adalah yang memiliki keimanan atau kataqwaan yang tinggi kepada Tuhan Yang Maha Esa, yakni yang tidak menghalalkan semua cara untuk sampai pada puncak kesuksesan, karena meyakini bahwa cara tersebut yang dilakukannya didunia akan mengantarkan pada kegagalan berupa kehidupan yang penuh dengan siksa kelak di akhirat. Salah satu ciri manusia berkualitas adalah mampu mewujudkan kehidupan dengan sukses secara spiritual.

2.1.5.4 Aspek Kualitas Diri

Peningkatan terhadap kualitas diri berhubungan dengan aspek religius, aspek psikologis, dan aspek pendidikan. Berikut adalah pemaparannya:

1. Aspek Religius

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “religi” berarti agama atau kepercayaan akan adanya kekuatan kodrati di atas manusia. Sedangkan kata religius artinya sifat religi/ sifat keagamaan yang terdapat pada diri seseorang. Agama dapat diartikan sebagai bentuk kepercayaan manusia terhadap sesuatu yang bersifat supranatural.

Dalam menjalani kehidupan, setiap individu memerlukan pegangan yang dapat dijadikan pondasi hidup. Yaitu prinsip-prinsip hidup yang mengatur peranan manusia dan perilaku hidup, sehingga dapat hidup secara baik dan tertib. Kualitas religi ini sangat berhubungan dengan bagaimana setiap individu dapat terus mengalami pertumbuhan dan kedewasaan rohani. Dimana nilai kerohanian akan mempengaruhi pola pikir, sikap dan tindakan dalam menyikapi setiap persoalan dan masalah hidup ini. Setiap orang yang secara terus menerus mengembangkan kehidupan rohani akan memperluas pandangannya mengenai masa depan yang dipercaya penuh dengan pengharapan.

2. Aspek Psikologis

Psikologi berasal dari kata dalam bahasa Yunani *psychology* yang merupakan gabungan dari kata *psyche* dan *logos*. *Psyche* berarti jiwa dan *logos* berarti ilmu. Secara harafiah psikologi diartikan sebagai ilmu jiwa.

Istilah *psyche* atau jiwa masih sulit diartikan karena jiwa itu merupakan objek yang bersifat abstrak, sulit dilihat wujudnya, meskipun tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Dalam beberapa dasawarsa ini, istilah jiwa sudah jarang dipakai dan diganti dengan istilah psikis. Dalam perkembangan psikologis, setiap orang mempunyai ruang dan peluang yang terbuka untuk terus bertumbuh dari waktu ke waktu. Pertumbuhan yang terjadi akan mendatangkan perkembangan dari tahapan demi tahapan dan akan menghasilkan kematangan fungsi psikis dan terbentuknya pola-pola dasar pikiran dan perilaku. Dan kesadaran terhadap pertumbuhan, perkembangan dan kematangan psikis seseorang terjadi seiring dengan kesadaran setiap pribadi dalam memahami keberadaan dirinya dan kenyataan hidup yang dijalaninya.

Kunci keberhasilan proses kualitas diri dalam aspek psikologis manusia adalah mengenal diri sendiri. Dengan mengenal diri sendiri, seseorang mengetahui apa yang menjadi tujuan hidupnya dan bagaimana mencapai tujuan tersebut. Dan lebih mampu menemukan makna dan pemenuhan diri dalam hidupnya. Demikian juga dalam berorganisasi, mengenali siapa dirinya sangat menolong dalam berelasi dan berinteraksi dengan baik. Dalam setiap orang terdapat: kepribadian, karakter, temperamen. Kepribadian (personalitas) adalah lebih mengarah pada bagaimana seseorang tersebut berpikir, berperasaan dan bertingkah laku berhubungan dengan lingkungannya. Karakter (Watak) merupakan kombinasi dari sifat yang unik dari seseorang yang dimiliki dari sejak lahir (genetik) dengan

pengalaman hidup yang didapatkan dari lingkungan di sekitarnya. Temperamen adalah sifat yang sangat erat hubungannya dengan keadaan badaniah.

Pertumbuhan, perkembangan dan kematangan psikologis seseorang seharusnya mengarah pada tingkat kedewasaan secara sistematis, progresif, dan berkesinambungan. Sistematis yang dimaksudkan adalah bagaimana berpikir dan bertindak dengan berurutan, runtun serta tidak tumpang tindih dalam perubahan dan perkembangan. Progresif yang dimaksudkan adalah perubahan yang terarah, membimbing dalam kemajuan kearah yang lebih sempurna. Konsisten yang dimaksudkan adalah sikap ketegasan yang berkelanjutan, konsisten, dan tidak berubah. Pertumbuhan, perkembangan dan kematangan diri berdampak pada kualitas diri dalam menghargai orang lain, dalam bertanggung jawab, dalam ketahanan, dalam strategi mengatasi persoalan, dalam pengambilan keputusan, dalam etos kerja, dalam prinsip-prinsip hidup dan keseimbangan.

3. Aspek Pendidikan

Pendidikan adalah pembelajaran wawasan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Pendidikan dapat didefinisikan sebagai suatu proses perubahan sikap dan tata laku seseorang dalam upaya mengembangkan keberadaan dirinya melalui pengajaran dan pelatihan. Setiap manusia pasti menjalani proses pendidikan dalam kehidupannya, entah melalui pendidikan formal, pendidikan non formal,

ataupun pendidikan dalam organisasi. Mengembangkan kualitas diri dalam aspek pendidikan mempunyai peran yang besar dalam mencerdaskan. Pendidikan menjadi tempat ujian dimana setiap manusia dapat mengembangkan kemampuan dalam berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam merespons setiap persoalan hidup ini. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pendidikan adalah proses relasi timbal balik dari setiap manusia dalam penyesuaian dirinya dengan lingkungan.

2.1.5.5 Proses Mengembangkan Kualitas Diri

Berikut beberapa proses dalam meningkatkan diri (dalam jurnal Peningkatan Kualias Diri dalam Hubungan Keluarga, Santoso, 2018):

- 1) Membangun kesadaran diri. Kesadaran diri berkaitan dengan mengenal diri sendiri dan juga keberadaan dirinya.
- 2) Menetapkan arah diri. Penetapan diri atau konsistensi diri pada tujuan atau arah yang ingin dicapai.
- 3) Berfokus Tujuan diri. Fokus pada tujuan menjadikan sebuah langkah yang ditempuh tidak menghambat atau menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan.
- 4) Menggali motivasi diri. Tujuan serta manfaat pengembangan diri yang lain yakni mengasah pikiran untuk selalu inovatif dan kreatif dalam kondisi apapun.
- 5) Memperkokoh Ketahanan Diri. Pengembangan diri tidak mampu mencegah datangnya hal-hal buruk dan sesuatu yang tidak diinginkan, karena hal tersebut sudah menjadi hukum alam.

- 6) Membangun Kemampuan Hubungan. *Relationship* sebagaimana kita tahu, seperti pedang bermata dua. Disatu sisi hubungan dengan orang lain akan dapat membantu ke arah yang lebih baik, namun disisi lain dapat menyeret seseorang menuju kegagalan. Pengembangan diri akan meminimalisir dampak negatif dari sebuah hubungan, karena seseorang yang senantiasa mengembangkan diri akan tahu bagaimana menempatkan diri dalam sebuah pertalian hubungan berdasarkan peta sukses yang dia buat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian, penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian. Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa *define* serta teori yang tidak diragukan lagi kebenarannya.

Dalam kerangka penelitian ini peneliti menjabarkan masalah pokok dari penelitian ini, yaitu membahas kata-kata kunci atau sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Kerangka pemikiran disini berisi tentang penggunaan teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian ini. Fokus dalam kerangka pemikiran ini adalah Strategi Komunikasi Pengurus Keluarga Mahasiswa Garut Dalam Mengembangkan Kualitas Diri Anggotanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 indikator yang sesuai yaitu, Pengenalan Khalayak, Penyusunan Pesan dan juga Penentuan Metode. Indikator tersebut akan menjadi acuan peneliti, diantaranya:

1. Pengenalan Khalayak

Tahap awal dari proses komunikasi dimana pengurus Keluarga Mahasiswa Garut akan melakukan tahap ini pada anggota. Tahap ini akan membantu membangun kemampuan komunikasi para anggota dengan pengurus agar saling mengenal karakter masing-masing yang juga akan mempengaruhi pengembangan kualitas diri anggota.

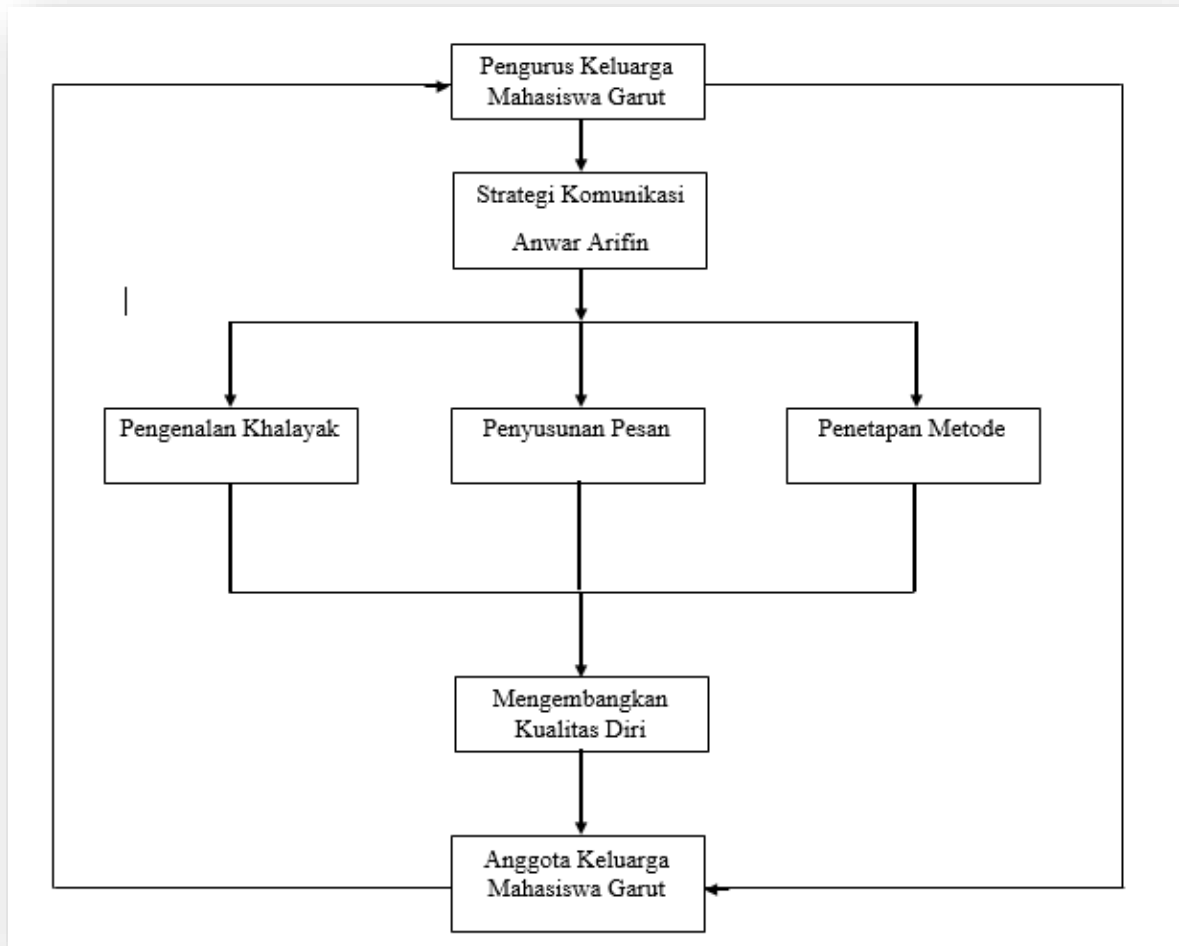
2. Penyusunan Pesan

Tahap ini akan menentukan apa isi pesan yang nantinya akan dirancang oleh pengurus Keluarga Mahasiswa Garut kepada para anggota. Penyampaian pesan yang tepat akan membantu keefektifan proses komunikasi yang terjadi. Dimana jika pesan yang tersampaikan dapat diterima, maka akan membangun kemampuan komunikasi anggota.

3. Penetapan Metode

Tahap ini, pengurus Keluarga Mahasiswa Garut akan menentukan metode yang sesuai untuk penyampaian pesan kepada anggota Keluarga Mahasiswa Garut. Dimana penetapan metode ini akan sangat berperan dalam menunjang komunikasi juga cara efektif bagi anggota. Penetapan metode yang tepat juga dapat mempengaruhi aspek psikologis, fisik, dan juga religius dalam pengembangan kualitas diri dari para anggota.

Gambar 2.1
Alur Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber: Peneliti, 2023