BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1Hakikat dan Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama", *communico, communicatio*, atau *communocare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian. Pada hakikatnya komunikasi adalah "pernyataan antar manusia", dimana ada proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu.

Pada proses interaksi, komunikasi telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena "Setiap masyarakat manusia - baik primitif maupun modern- berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi".(Rakhmat, 1986:1). Pernyataan tersebut, didukung pula dengan pernyataan lain, yaitu: "90% kehidupan manusia dilakukan dengan berkomunikasi" (Soesanto,1977:2). Dari dua pernyataan tersebut, tergambarkan bagaimana komunikasi

menjadi salah satu kebutuhan manusia yang hakiki, dan menjadi ajang sekaligus sarana penyampaian gagasan dan isi kepala kepada orang lain.

Jika berbicara mengenai definisi komunikasi, tidak ada definisi yang salah dan benar, definisi diuraikan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media tertentu atau justru terlalu luas misalnya, komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan makhluk hidup lainnya.

Adapun definisi komunikasi menurut Roger dan D. Lawrence (1981), adalah "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19).

Sedangkan Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya" (Effendy, 1993 :28).

Berbeda dengan kedua definisi diatas, M.O. Palapah dan Atang, dimana "Komunikasi sebagai Ilmu tentang pernyataan manusia yang

menggunakan lambang-lambang yang berarti" (Palapah, dan Atang, 1983 :9).

Beragamnya definisi mengenai komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh Wenburg dan Wilmot (Mulyana, 2008 : 61-68) :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan ini menyeratakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.

2.1.2 Komponen-komponen Komunikasi

Menurut Effendy (2000:6), Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan komponen-komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

1. Komunikator dan Komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Komunikator sering juga disebut sebagai sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source, sender* atau *encoder*.

Hafied Cangara dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi” mengatakan bahwa:

> ”Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga” (Cangara, 2004:23).

Begitu pula dengan komunikatan atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Cangara menjelaskan, ”Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara”. Selain itu, ”dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber”.

Cangara pun menekankan:

> ”Kenallah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi” (Cangara, 2004:25).

2. Pesan

Dalam bahasa Inggris pesan disebut *message, content,* atau *information,* merupakan salah satu unsur dalam komunikasi yang teramat

penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau menginformasikan pesan itu sendiri.

> ”Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda” (Cangara, 2004:23)

3. Media

Media dalam proses komunikasi yaitu, ”Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima” (Cangara, 2004:23). Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlangsung dalam proses komunikasi tersebut.

Selain itu, ”Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi” (Cangara, 2004:24). Lebih jelas lagi Cangara menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu:

> ”Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surata kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio casette, dan semacamnya” (Cangara, 2004:24).

4. Efek

Efek, dampak atau pengaruh merupakan salah satu bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini muncul sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan.

> ”Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang” (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Oleh sebab itu, Cangara mengatakan, ”Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan” (Cangara, 2004:25)

2.1.3 Tujuan komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) (2003: 55)

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan menyatakan tujuan komunikasi sebagi berikut :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (2003: 11)

2.1.4 Proses komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu :

1. *Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis*

Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendy, 2003:31). Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. *Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik*

Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara dua tahap, yakni sebagai berikut :

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang

untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan. Seperti surat kabar, televisi siaran, radio, film, leaftlet, brosur, dan lain-lain.

c. Proses komunikasi secara linear

Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (Effendy, 2003: 38). Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Proses komunikasi linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed*

back tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

2.1.5 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari :

1. Aspek bersifat fisik; seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis; seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.

3. Aspek sosial; seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu; yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi dan Pendidikan

Ditinjau dari prosesnya, pendidikan adalah komunikasi, dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen terdiri dari manusia, yakni pengajar sebagai komuniktor dan pelajar sebagai komunikan. Perbedaan antara komunikasi dengan pendidikan terletak pada tujuan atau efek yang di harapkan. Ditinjau dari efek yang di harapkan itu, tujuan dari komunikasi bersifat umum sedangkan tujuan pendidikan bersifat khusus. Kekhususan inilah yang dalam proses komunikasi melahirkan istilah – istilah khusus, seperti : penerangan, propaganda, indoktrinisasi, agitasi, pendidikan, dan lain – lain.

Pada umunya pendidikan berlangsung secara berencana di dalam kelas secara tatap muka (*face to face*). Karena kelompoknya relatif kecil,

meskipun komunikasi antara pengajar dan pelajar dalam ruang kelas itu termasuk komunikasi kelompok (*group communication*), pengajar sewaktu-waktu bisa mengubah menjadi komunikasi interpersonal. Terjadilah komunikasi dua arah ini apabila para pelajar bersikap responsif, mengetengahkan pendapat atau mengajukan pertanyaan, diminta atau tidak diminta. "Jika si pelajar pasif saja, dalam arti kata hanya mendengarkan tanpa ada gairah untuk mengekspresikan suatu pernyataan atau pertanyaan, maka meskipun komunikasi itu bersifat tatap muka, tetap saja berlangsung satu arah, dan komunikasi itu menjadi tidak efektif". (Effendy, 1986:125-126)

Pada proses belajar mengajar terjadilah komunikasi yang bersifat *intra communication* atau komunikasi intra yaitu komunikasi yang terjadi pada diri seseorang. Ia berkomunikasi dengan dirinya sendiri sebagai persiapan untuk melakukan *inter communication* dengan orang lain.

Secara teoritis pada waktu seorang pelajar melakukan *intra communication* terjadilah proses yang terjadi dalam tiga tahap :

1. Persepsi
2. Ideasi (*ideation*)
3. Transmisi (*transmission*)

Persepsi adalah pengindraan terhadap suatu kesan yang timbul dalam lingkungannya; pengindraan itu dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan dan kebutuhan. Hal ini ditentukan oleh pelajar itu sendiri, baik

sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Pengetahuan dan pengalaman akan memperkaya benaknya dengan perbendaharaan untuk memperkuat daya persepsinya. Semakin sering ia melibatkan diri dalam komunikasi, akan semakin kuat daya persepsinya.

Ideasi adalah tahap kedua dalam proses *intra communication* yaitu mengkonsepsi apa yang di persepsi oleh seorang pelajar. Ini berarti bahwa dia mengadakan seleksi dari sekian banyak pengetahuan dan pengalamannya yang pernah ia peroleh, mengadakan penataan dengan relevan dari hasil persepsinya tadi, yang siap untuk ditransmisikan secara verbal pada saat berkomunikasi.

Tahap yang terakhir ialah transmisi yaitu hasil dari konsepsi karya penalaran, sehingga apa yang dilontarkan dari mulutnya adalah pernyataan yang mantap, meyakinkan, sistematis dan logis. Dengan demikian, dalam proses *inter communication* berikutnya berkat intra communication yang terlatih, ia akan mengalami keberhasilan.

2.2 Tinjauan Tentang Strategi

2.2.1 Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi jaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin

suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, misalnya konsep Sun Tzu, Hannibal, dan Carl von Clausewitz. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut (Jain, dalam Tjiptono, 1997:3) :

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas
2. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu
5. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (dalam Tjiptono 1997:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*), dan
2. Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplimentasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Sedangkan pada perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Pernyataan stategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan berrsifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. Dalam suatu perusahaan terdapat tiga level strategi, yaitu : level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis, dan level fungsional (Hayes dan Wheel wright, 1984 dalam Tjiptono, 1997:4).

2.2.2 Strategi Komunikasi

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003: 300).

Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management)* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya secara taktis harus

dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2003: 301).

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell *"Who Says What Which Channel To Whom With What Effect".*

- *Who?* (Siapakah komunikatornya?)

- *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakannya?)

- *In Which Channel?* (Media apa yang digunakannya?)

- *To Whom?* (Siapa komunikannya?)

- *With what effect?* (Efek apa yang diharapkan?).

(Effendy, 2003: 301).

Strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda, yaitu :

a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematik kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

b. Menjembatani *"cultural gap"* akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan diopersionallannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.(Effendy, 2003: 300).

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memperoleh hasil komunikasi yang optimal diperlukan suatu strategi komunikasi. Strategi komunikasi juga diperlukan karena kemudahan dioperasikannya media massa yang begitu ampuh jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

2.3 Tinjauan Tentang Pendidikan

2.3.1 Pengertian Pendidikan

Suatu rumusan nasional tentang istilah "pendidikan" adalah sebagai berikut : Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta sisik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang" (UU R.I. No. 2 Tahun 1989, Bab I, Pasal 1).

Pada rumusan di atas terkandung empat hal yang perlu digaris bawahi dan mendapat penjelasan lebih lanjut. Dengan " usaha sadar" dimaksudkan bahwa pendidikan diselenggarakan secara berencana yang matang, mantap, jelas, lengkap, menyeluruh, berdasarkan pemikiran rasional dan objektif.

Fungsi pendidikan adalah menyiapkan peserta didik. " menyapkan" diartikan bahwa peserta didik pada hakikatnya belum siap, tetapi perlu

disiapkan. Hal ini menunjukan pada proses yang berlangsung sebelum peserta didik terjun langsung ke kancah dunia nyata. Strategi pelaksanaan pendidikan dilakukan dalam bentuk kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan. Bimbingan pada hakikatnya adalah bantuan, arahan, motivasi, nasihat, dan penyuluhan agar siswa mampu menyelesaikan, mengatasi, memecahkan masalah, dan menanggulangi kesulitan sendiri.

Produk yang sihasilkan oleh proses pendidikan adalah berupa lulusan yang memiliki kemampuan melaksanakan peranan – peranannya untuk masa yang akan datang. Peranan bertalian dengan jabatan dan pekerjaan tertentu, tentunya bertalian dengan kegiatan pembangunan di masyarakat.

Dilihat dari penjelasan di atas mengenai pendidikan maka pendidikan dapat didefinisikan sebagai proses dalam rangka mempengaruhi peserta didik supaya mampu menyelesaikan diri sebaik mungkin dengan lingkungannya, dan dengan demikian akan menimbulkan perubahan dalam dirinya yang memungkinkan untuk berfungsi secara baik dan benar dalam kehidupan bermasyarakat. (Hamalik, 2010 : 3)

2.3.2 Siswa

Siswa merupakan suatu komponen masukan dalam system pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang memiliki potensi untuk berkembang, yang memerlukan lingkungan dan arah tertentu sehingga membutuhkan

bimbingan dan pembelajaran. Siswa dapat ditinjau dari berbagai segi, yakni segi pendekatan social, pendekatan psikologis, dan pendekatan edukatif atau paedadogis. (Hamalik, 2010 : 7)

2.3.3 Guru

Guru adalah suatu komponen yang bertugas menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar, bimbingan, melatih, mengelola, meneliti, dan mengembangkan serta memberikan pelayanan teknik. Guru sebagai tenaga kependidikan memiliki tugas pokok melaksanakan proses belajar mengajar. Karena itu, setiap guru harus memiliki wewenang dan kemampuan – kemampuan profesianal, kepribadian dan kemasyarakatan.

Ada beberapa prinsip yang dapat digunakan guru dalam memotivasi siswanya agar belajar, ialah :

1. Prinsip kebermaknaan; siswa termotivasi untuk mempelajari hal – hal yang bermakna baginya.
2. Prasyarat; siswa lebih suka mempelajari sesuatu yang baru jika dia mengalami pengalaman prasyarat (prekuisit).
3. Model; siswa lebih suka memperoleh tingkah laku baru bila disajikan dengan suatu model prilaku yang dapat diamati dan ditiru.
4. Komunikasi terbuka; siswa lebih suka belajar bila penyajian ditata agar supaya pesan – pesan guru terbuka terhadap pendapat siswa.
5. Daya tarik; siswa lebih suka belajar bila perhatiannya tertarik oleh penyajian yang menyenagkan dan menarik.

6. Aktif dalam latihan; siswa lebih senang belajar bila dia dapat berperan aktif dalam latihan atau praktik dalam upaya mencapai tujuan pembelajaran.
7. Latihan yang terbagi; siswa lebih suka belajar bila latihan – latihan dilaksanakan dalam jangka waktu yang pendek.
8. Tekanan intruksional; siswa lebih suka belajar bila tekanan atau kewajiban dalam pengajaran dimulai dari yang kuat tetapi lambat laun semakin lemah.
9. Keadaan yang menyenangkan; siswa lebih suka belajar terus bila kondisi – kondisi pembelajaran menyenangkan baginya. (Hamalik, 2010 : 8)

2.4 Program EDNIK (Edukasi Elektronik)

Didefinisikan menurut Wikipedia Ensiklopedia Bebas, Perangkat lunak adalah istilah umum untuk data yang diformat dan disimpan secara digital, termasuk program komputer, dokumentasinya, dan berbagai informasi yang bisa dibaca dan ditulis oleh komputer. Dengan kata lain, perangkat lunak adalah bagian sistem komputer yang tidak berwujud. Istilah ini menonjolkan perbedaan dengan perangkat keras computer.

Program EDNIK (Edukasi Elektronik) merupakan istilah khusus untuk sebuah perangkat lunak yang disebut sebagai program komputer. EDNIK (Edukasi Elektronik) adalah sebuah program yang digunakan sebagai bahan

pembelajaran berupa CD (*compact disk*) yang di terbitkan oleh PT. EDUKASI ELEKTRONIK UTAMA dengan kerjasama dengan sebuah CV yaitu CV F.Y.T Mandiri Jl. Jend. Sudirman Barat Purwokerto.

. Program EDNIK (Edukasi Elektronik) berisikan tiga sub program pertama ialah materi yang dikemas dalam bentuk animasi yang interaktif yang disebut sebagai Lab Elektronik, ke dua adalah soal – soal latihan interaktif dan disusun per bab yang dapat di *edit* serta di *print* untuk keperluan tes atau ulangan yang disebut sebagai Bank Soal, dan yang terakhir adalah buku sekolah elektronik sebutan ini adalah sub program yang berisikan buku dalam format *Flip Book* yang mana membaca buku di komputer seperti membaca buku sebenarnya dan bisa di *print.*

2.5 Tinjauan Tentang Meningkatkan Motivasi

Mc donald (1959) merumuskan bahwa : ” *Motivation is an energy change within the person characterized by aaffective arousal and anticipatory goal reaction*”, yang diartikan, bahwa motivasi adalah suatu perubahan energi didalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, motivasi adalah daya gerak yang mencakup dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.(Hamalik, 2010 : 106)

Motivasi memiliki dua komponen yaitu komponen dalam (inner component) dan komponen luar (outer component). Komponene dalam adalah perubahan dalam diri seseorang, keadaan merasa tidak puas, ketegangan

psikologis. Komponen luar ialah keinginan, dan tujuan yang mengarahkan perbuatan seseorang. Komponen dalam adalah kebutuhan- kebutuhan yang ingin dipuaskan, sedangkan komponen luar adalah tujuan yang hendak di capai.

Motivasi dianggap penting dalam upaya belajar dan pembelajaran dilihat dari segi fungsi dan nilainya atau manfaatnya. Uraian diatas menunjukan, bahwa motivasi mendorong timbulnya tingkah laku dan mempengaruhi serta mengubah tingkah laku. Fungsi motivasi adalah :

1. Mendorong timbulnya tingkah laku atau perbuatan. Tanpa Motivasi tidak akan timbul suatu perbuatan misalnya belajar.
2. Motifasi berfungsi sebagai pengarah, artinya mengarahkan perbuatanuntuk mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Motifasi berfungsi sebagai penggerak, artinya menggerakan tingkahlaku seseorang. Besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan.(Hamalik, 2010 : 108)

Tugas guru adalah meningkatkan motivasi siswa sehingga ia mau melakukan belajar. motivasi dapat timbul dari dalam diri siswa dan dapat pula timbul akibat pengaruh dari luar dirinya. Hal ini akan diuraikan sebagai berikut :

1. Motivasi Intrinsik

   Jenis motivasi ini timbul sebagai akibat dari proses dari dalam individu itu sendiri tanpa adanya paksaan atau dorongan dari orang lain, tetapi atas kemauan sendiri. Misalnya siswa mau belajar karena ingin memperoleh ilmu pengetahuan dan ingin menjadi orang yang berguna bagi keluarga dan

masyarakat luas dan sekitarnya. Oleh karena itu, ia rajin belajar tanpa ada dorongan dari orang lain.

2. Motivasi Ekstrinsik

   Jenis motivasi ini timbul sebagai akibat pengaruh dari luar individu, apakah ajakan, suruhan, atau paksaan dari orang lain sehingga dengan kondisi yang demikian akhirnya ia mau melakukan sesuatu atau belajar dan guru sebagai salah satunya yang menjadi pendorong dari luar.(Hamalik, 2010 : 109)