BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu sangat penting bagi peneliti sebagai bahan acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar untuk pengembangan kajian. Tentunya studi terdahulu tersebut harus relevans baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti penulis yaitu :

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang diteliti
1	Strategi Komunikasi World Wide Fund For Nature (WWF) (Studi Deskriptif	Yudha Adi Purnama, 2015 (Skripsi). Universitas Komputer	Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan metode deskriptif.	Hasil Penelitian : Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh (WWF) Bumi Panda	Penelitian Yudha mengambil objek penelitian strategi komunikasi pada World Wide Fund For Nature

	Tentang Strategi Komunikasi World Wide Fund For Nature (WWF) Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung.	**Indonesia**		**Bandung adalah dengan menyusun kegiatan dalam jangka panjang, melakukan meeting untuk membahas materi yang akan di publikasikan dan melakukan 5 tahap step. Manajemen Komunikasi yang telah dilakukan WWF Bumi Panda Bandung dengan menggunakan beberapa sumber daya komunikasi**	**(WWF), sedangkan peneliti mengambil objek penelitian strategi komunikasi Sanggar Bapontar.**

				diantaranya : majalah, website dan twitter sebagai sarana publikasi dan informasi mengenai kegiatan WWF.	
2	**Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Guru dan Murid PAUD (Studi Deskriptif Komunikasi Interpersonal Antara Guru dan Murid Paud Tunas Bahari Dalam Kegiatan Belajar Mengajar)**	**Dwiyan Asgarwijaya, 2015 (Skripsi). Universitas Telkom Bandung**	**Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan metode deskriptif.**	**Hasil penelitian menunjukan perencanaan komunikasi, isi pesan, metode penyampaian pesan dan hambatan komunikasi yang digunakan dan ditemui oleh para guru atau pengajar PAUD Tunas Bahari kepada anak**	**Penelitian yang diteliti oleh Dwiyan bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal, sedangkan yang peneliti teliti bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi kelompok.**

				didiknya dalam kegiatan belajar mengajar di dalam kelas.	
3	**Strategi Komunikasi Organisasi antara Atasan dan Bawahan Pasca Restrukturisasi Manajemen (Studi Kasus pada DetEksi Jawa Pos)**	**Wisyesa Syasyikirana, 2013 (Skripsi). Universitas Airlangga**	**Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan metode studi kasus.**	**Hasil dari penelitian ini adalah bentuk-bentuk strategi komunikasi organisasi DetEksi Jawa Pos pasca restrukturisasi.**	**Perbedaan dengan yang peneliti teliti adalah Wisyesa menggunakan desain penelitian studi kasus. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian studi deskriptif.**

Sumber: Peneliti 2015

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur hingga tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi.

Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekwensi hubungan sosial *(social relations).* Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain, dengan hubungan itu akan menimbulkan interaksi sosial. Interaksi sosial tersebut di sebabkan inter komunikasi.

Deddy Mulyana (2008: 46) menyatakan bahwa: kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama, *communico, communicatio* atau *comunicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebutkan sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin yang mirip.

Harold Lasswel sebagaimana dikutip oleh Mulyana juga mengatakan, cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah: Menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. *Who Says What In Which Chanel To Whom With What Effect?,* artinya Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?. Dalam (Mulyana, 2008: 69).

Berdasarkan definisi dari Lasswel di atas dapat diturunkan bahwa komunikasi itu tediri dari lima unsur komunikasi yang saling bergantung antara satu dengan yang lain. Kelima unsur itu adalah sumber *(source),* pesan *(massage),* saluran atau media *(chanel),* penerima *(receiver)* dan efek *(effect).* Sumber *(source)* sering juga di sebut pengirim *(sender),* penyandi *(encoder),* komunikator *(communicator)* pembicara atau *originator.* Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk

berkomunikasi. Sumber bisa dalam bentuk individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Pesan *(massage)* yaitu apa yang dikomunikasikan sumber kepada penerima. Pesan merupakan perangkat simbol verbal atau non verbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber pesan. Saluran atau media yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran atau media bisa saja merujuk pada bentuk pesan yang di sampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Penerima *(receiver)* sering disebut sebagai sasaran atau tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber. Dan yang terakhir adalah efek apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, seperti bertambahnya pengetahuan, terhibur, timbulnya perubahan sikap atau perilaku dan sebagainya.

Deddy Mulyana (2001: 37) menyatakan bahwa:

> "….setidaknya terdapat tiga pandangan yang dapat dipertahankan. Pertama, komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka. Kedua komunikasi harus mencakup semua prilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja ataupun tidak. Ketiga komunikasi harus mancakup pesan-pesan dikirimkan secara sengaja, namun sengaja ini sulit untuk ditentukan. (Mulyana, 2001:37)"

Dari paparan diatas dapat penulis artikan bahwa definisi komuniasi tidak memiliki batasan yang mutlak atau pasti, terdapat banyak sekali arti dari komunikasi yang dapat kita jumpai baik dari percakapan sehari-hari ataupun mendengar atau membaca dari berbagai media. Akan tetapi

keberagaman definisi-definisi yang kita temukan, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Sama halnya dengan model atau teori, pengertian atau definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang yang didefinisikan dan mengevaluasinya.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

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

1. Perubahan sikap *(attitude change)*

   Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

2. Perubahan pendapat *(opinion change)*

   Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

3. Perubahan perilaku *(behavior change)*

   Komunikasi bertujuan untuk mengubah perlaku maupun tindakan seseorang

4. Perubahan sosial *(social change)*

   Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yangmakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

   Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

   1. Perubahan sikap (*attitude change*)
   2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
   3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
   4. Perubahan sosial (*social change*). (Effendy, 2003: 8)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (Cangara, 2005:55)

Menurut Harold D. Laswell, secara terperinci fungsi-fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveilance of the environtment*), fungsi ini dijalankan oleh para diplomat, atase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan.
2) Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari (masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in rerspond*

in to the environment), fungsi ini lebih diperankan oleh editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal.

3) Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*), fungsi ini dijalankan oleh para pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

Charles R. Wright (1988) menambahkan satu fungsi, yaitu *entertainment* (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya. (Nurudin, 2007:16)

2.1.2.4 Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi.

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa proses tejadinya komunikasi. Cukup di dukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain lima unsur

yang telah disebutkan. Arestoteles, ahli filsafat Yunani Kono dalam bukunya *Rhetorica* menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Pandangan Arestoteles ini oleh besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika. Hal ini bisa dimengerti, karena pada zaman Arestoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat popoler bagi masyarakat Yunani.

a. Sumber

Semua pristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunkasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya, partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengiri, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya *Source*, *sencer* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunkasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalu media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganada. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

c. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

Dalam komunkasi massa, media adalah 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 surat kaba, majalah, buku, *leaflet* , brosur, stiker, *bulletin hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sementara itu media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, computer, *electronic board*, *audio cassette* dan semacamnya.

Berikut perkembangan teknologi komunikasi khusunya di bidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat, media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini disebabkan karena makin canggihnya media

komunikasi iru sendiri yang bisa dikombinasikan (multimedia) antar satu sama lainnya.

Media komunikasi seperti diatas, kegiatan dan tempat-tempat yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan, bisa juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, srisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat.

a. Penerima

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

Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dalam komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran. Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

b. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan 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). Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

c. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasala dari penerima. Akan tetapi tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsure yang lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan-perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

d. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah:

> "Diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) atau antar kedua belah pihak." (Ruslan 1999: 69).

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

1. Proses komunikasi secara primer

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

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan

diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1999: 11-16). Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

Media massa yang digunakan seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (*massive*) atau massal (*massal*), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit. Sedangkan proses komunikasi Menurut Harold Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy terdapat 4 komponen dalam proses komunikasi yaitu :

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

2.1.2.6 Konteks Komunikasi

A. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal ini merupakan landasan dari komunikasi antarpersonal karena sebelum kita berkomunikasi dengan orang lain kita telah terlebih dahulu berkomunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini bisa terjadi karena kita mempresepsi dan memastikan makna pesan dari orang lain. (Mulyana, 80)

B. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang saling bertatap muka sehingga memungkinkan terjadinya umpan balik baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi sering kali indra penglihatan dan pedengaran adalah sebagai indra primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan yang bersifat intim. Komunikasi antarpribadi dinilai sebagai komunikasi paling efektif karena adanya tatap muka secara langsung sehingga memungkinkan untuk menggunakan kelima panca indra untuk mempertinggi daya bujuk kita dalam berkomunikasi. (Mulyana, 81)

C. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi diantara sejumlah orang (kalau kelompok kecil berjumlah 4-20 orang, kelompok besar 20-50 orang). Dalam kontinum diperaga diatas terlihat bahwa telah terjadi

perubahan atas jumlah orang yang terlibat dalam komunikasi, jumlah partisipan komunikasi makin bertambah kalau dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi, umpan balik masih berlangsung cepat (jika kelompok kecil), adaptasi pesan masih bersifat khusus, tujuan/maksud komunikasi masih tidak berstruktur. (Liliweri, 2011)

D. Komunikasi Organisasi

Dalam kontinum pada peraga diatas terlihat bahwa komunikasi organisasi terletak ditengah-tengah skala antara komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa; oleh karena itu telah terjadi perubahan atas jumlah orang terlibat dalam komunikasi yang besaran jumlahnya sangat relatif (bisa banyak dan/atau sedikit), umpan balik komunikasi organisasi dapat berlangsung cepat atau lamban (kadang-kadang *delayed feedback*), adaptasi pesan bisa bersifat khusus atau umum, serta tujuan/maksud komunikasi bisa bersifat terstruktur dan tidak terstruktur. Praktik komunikasi organisasi melibatkan didalamnya komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok yang bersifat impersonal (atau komunikasi yang berstruktur) yang dilakukan oleh pribadi atau kelompok/ unit kerja dalam suatu organisasi. Jalur komunikasi organisasi adalah jalur vertikal (atas-bawah, bawah-atas), horizontal (antara unit/satuan kerja yang sama derajat/ level), dan diagonal (komunikasi lintas unit/satuan kerja). (Liliweri, 2011)

Menurut Redding dan Sanborn mengatakan bahwa, “Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi

yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *Downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *Upward* atau komunikasi dari bawahan, kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program". (Masmuh,2010 : 5)

E. Komuniksi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan massa yang dilakukan melalui media, yakni media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio, dan televisi. Seluruh proses komunikasi massa melibatkan-sangat tinggi didalamnya pelbagai aspek perbedaan latar belakang budaya, mulai dari pengelola (organisasi media), saluran atau media massa, pesan-pesan, hingga kepada khalayak sasaran maupun dampak. Khalayak dalam komunikasi massa merupakan orang atau sekelompok orang yang berbeda latar belakang budaya dan tersebar secara geografis dianeka ruang yang luas mulai dari lokal, regional, nasional, maupun internasional. Setiap hari khalayak ini mengonsumsi pesan (iklan, berita, opini) yang berasal dari para penulis dan pembawa acara radio dan televisi, bahkan kehadiran media itu sendiri (menurut McLuhan "*medium is a message*") yang berbeda budaya dengan mereka. Dampak kehadiran lembaga, pesan, media

yang berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda sangat terhadap perubahan sikap khalayak. (Liliweri, 2011)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu umtuk mencapai tujuan kelompok.

Komunikasi kelompok merupakan hubungan antara manusia dengan masyarakat secara dialektis dalam eksternalisasi, obyektifitas, dan internalisasi. Ekternalisasi adalah pencurahan kehadiran manusia, baik dalam aktifitas maupun mentalitas. Melalui eksternalisasi, manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya. Obyektifitas adalah disandangnya produk-produk aktifitas suatu realitas yang berhadapan dengan para produsennya (manusia) dalam suatu kefaktaan yang eksternal terhadap yang lain, dari pada podusennya sendiri. Internalisasi adalah peresapan kembali realitas oleh manusia dan mentranformasikannya sekali lagi struktur-struktur dunia objektif ke dalam

struktur-struktur kesadaran subjektif. Komunikasi kelompok dapat dikatakan sebagai disiplin karena komunikasi kelompok ini mempunyai ruang lingkup, menunjukkan kemajuan dalam pengembangan teori serta mempunyai metodologi riset, kritik, dan penerapan.

Terdapat empat elemen yang tercakup dalam beberapa definisi tentang komunikasi kelompok di atas, yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi, maksud atau tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya, berikut penjelasannya:

1. Terminologi tatap muka (*face-to face*) mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Batasan ini tidak berlaku atau meniadakan kumpulan individu yang sedang melihat proses pembangunan gedung/bangunan baru. Dengan demikian, makna tatap muka tersebut berkait erat dengan adanya interaksi di antara semua anggota kelompok.
2. Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar antara 3 sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika jumlah partisipan melebihi 20 orang, kurang memungkinkan berlangsungnya suatu interaksi di mana setiap anggota kelompok mampu melihat dan mendengar anggota lainnya. Dan karenannya kurang tepat untuk dikatakan sebagai komunikasi kelompok.

3. Maksud atau tujuan yang dikehendaki sebagai elemen ketiga dari definisi di atas, bermakna bahwa maksud atau tujuan tersebut akan memberikan beberapa tipe identitas kelompok. Kalau tujuan kelompok tersebut adalah berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan dimaksudkan untuk menanamkan pengetahun (*to impart knowledge*). Sementara kelompok yang memiliki tujuan pemeliharaan diri (*self-maintenance*), biasanya memusatkan perhatiannya pada anggota kelompok atau struktur dari kelompok itu sendiri. Tindak komunikasi yang dihasilkan adalah kepuasan kebutuhan pribadi, kepuasan kebutuhan kolektif/kelompok bahkan kelangsungan hidup dari kelompok itu sendiri. Dan apabila tujuan kelompok adalah upaya pemecahan masalah, maka kelompok tersebut biasanya melibatkan beberapa tipe pembuatan keputusan untuk mengurangi kesulitan-kesulitan yang dihadapi.
4. Elemen terakhir adalah kemampuan anggota kelompok untuk menumbuhkan karateristik personal anggota lainnya secara akurat. Ini mengandung arti bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan dengan satu sama lain dan maksud/tujuan kelompok telah terdefinisikan dengan jelas, di samping itu identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan permanen.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari

kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Kelompok yang baik adalah kelompok yang dapat mengatur sirkulasi tatap muka yang intensif di antara anggota kelompok, serta tatap muka itu pula akan mengatur sirkulasi komunikasi makna di antara mereka, sehingga mampu melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduan di antara mereka.

Kelompok dalam perspektif interaksional yang dikemukakan Marvin Shaw sebagai dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain dengan suatu cara tertentu, di mana masing masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pihak lainnya (Sendjaja, 2004: 3.27). Clovis Sheperd juga menjelaskan, bahwa kelompok merupakan suatu mekanisme mendasar dari sosialisasi dan sumber utama dari tatanan sosial (Sendjaja, 2004: 3.27).

Ada 4 (empat) elemen yang tercakup dalam defenisi yang disampaikan oleh Michael burgoon tersebut :

1. Interaksi Tatap Muka
2. Jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi
3. Maksud dan tujuan yang dikehendaki.

4. Kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya.

2.1.3.2 Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasi Kelompok

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

A. Kelompok primer dan sekunder.

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

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

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.

2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.
4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

B. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.

Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standard*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang (fungsi komparatif. Islam juga memberikan kepada saya norma-norma dan sejumlah sikap yang harus saya miliki-kerangka rujukan untuk membimbing perilaku

saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai (fungsi normatif). Selain itu, Islam juga memberikan kepada saya cara memandang dunia ini-cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui (fungsi perspektif). Namun Islam bukan satu-satunya kelompok rujukan saya. Dalam bidang ilmu, Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) adalah kelompok rujukan saya, di samping menjadi kelompok keanggotaan saya. Apapun kelompok rujukan itu, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi.

C. Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: *a*. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan *c*. kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai

tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

2.1.3.3 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam suatu masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain adalah, fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuat keputusan, serta terapi. Semua fungsi ini di manfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Fungsi pertama adalah menjalin hubungan sosial dalam artian bagaimana kelompok tersebut dapat membentuk dan memelihara hubungan antara para anggotanya dengan memberikan kesempatan melakukan berbagai aktivitas rutin yang informal, santai, dan menghibur.
2. Fungsi kedua adalah pendidikan yang mana mempunyai makna bagaimana sebuah kelompok baik secara formal maupun informal

berinteraksi untuk saling bertukar pengetahuan. Fungsi pendidikan ini sendiri sangat bergantung pada 3 faktor, yang pertama adalah jumlah informasi yang di kontribusikan oleh setiap anggota, yang kedua adalah jumlah partisipan yang ikut di dalam kelompok tersebut, dan yang terakhir adalah berapa banyak interaksi yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Fungsi ini juga akan efektif jika setiap anggota juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berguna bagi anggotanya.

3. Fungsi ketiga adalah persuasi, dalam fungsi ini, seorang anggota berusaha mempersuasikan anggota kelompok lainnya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang di inginkannya. Seseorang yang terlibat dalam usaha usaha persuasif didalam kelompoknya memiliki resiko untuk tidak diterima oleh anggota kelompok nya yang lain, apabila hal yang di usulkannya tersebut bertentangan dengan norma norma kelompoknya, maka justru dia dapat menyebabkan konflik di dalam kelompok dan dapat membahayakan posisinya di dalam kelompok tersebut.
4. Fungsi keempat adalah pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, disini kelompok berguna untuk mencari solusi dari permasalahan permasalahan yang tidak dapat di selesaikan oleh anggotanya, serta mencari alternatif untuk menyelasaikan, sedangkan pembuatan keputusan bertujuan untuk memilih salah satu dari banyak

nya alternatif solusi yang keluar dari proses pemecahan masalah tersebut.

5. Fungsi kelima adalah terapi.Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

John Dewey dalam littlejohn menjelaskan bahwa fungsi komunikasi kelompok itu terbagi menjadi 6, antara lain :

1. Mengungkapkan kesulitan.
2. Menjelaskan permasalahan.
3. Menganalisis masalah.
4. Menyarankan solusi.
5. Membandingkan alternatif dan menguji mereka dengan tujuan dan kritertia berlawanan.
6. Mengamalkan solusi yang terbaik.

Sedangkan Randy Y. Hirokawa dalam Morissan (2009: 142), mengatakan bahwa kelompok harus mampu melaksanakan empat fungsi untuk dapat menghasilkan keputusan yang efektif yang terdiri atas :

1. Analisis Masalah

   Kelompok biasanya memulai proses pengambilan keputusan dengan mengidentifikasi dan menilai suatu masalah (*identifying and assessing a problem*).
2. Penentuan Tujuan

   Kelompok harus mengumpulkan dan mengevaluasi informasi (*gathers and evaluates information*) terkait dengan masalah yang tengah dihadapi.
3. Identifikasi Alternatif

   Pada tahap ini, kelompok membuat berbagai usulan alternative (*alternative proposal*) untuk mengatasi masalah.
4. Evaluasi Konsekuensi

   Berbagai solusi alternatif yang tersedia kemudian di evaluasi dengan tujuan akhirnya adalah untuk mengambil keputusan.

2.1.3.4 Hambatan Dalam Komunikasi Kelompok

1. Masalah dalam Mengembangkan pesan

   Sumber masalah dalam mengembangkan suatu pesan adalah dalam memformulasikan suatu pesan. Masalah dalam mengembangkan suatu pesan seperti munculnya keraguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada atau masih asing dengan audiens, adanya pertentangan emosional atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan. Jika sesorang menglami keraguan dalam menyampaikan suatu pesan maka ada keendrungan seseorang akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan pesan lebih lanjut. Jika seseorang gagal dalam mengembangkan pesan, proses

komunikasi akan dimulai dengan sesuatu yang salah, yang pada akhirnya akan membawa kegagalan yang berkelanjutan.

2. Masalah dalam Menyampaikan Pesan

   Masalah yang paling jelas disini adalah faktor fisik seperti kesalahan pada sambungan kabel pada sound system, kualitas suara yang kurang baik, lampu yang tiba-tiba padam, salinan surat yang tak terbaca dan lain-lain. Masalah lain dalam menyampaikan suatu pesan adalah bila dua buah pesan yang disampaikan mempunyai arti yang saling berlawanan atau bermakna ganda. Masalah serupa juga akan muncul jika pesan disampaikan melalui saluran penghubung yang cukup panjang.

3. Masalah dalam Menerima Pesan

   Masalah yang muncul dalam menerima suatu pesan antara lain adanya persaingan antara penglihatan dengan suara, kursi yang tidak nyaman, lamou yang kurang terang, dan kondisi lain yang dapat mengganggu konsentrasi penerima. Masalah lain juga bisa muncul akibat kondisi kesehatan yang kurang baik.

4. Masalah dalam Menafsirkan Pesan Masalah yang muncul

   Dalam menafsirkan isi pesan disebabkan oleh beberapa hal yaitu :

   a. Perbedaan Latar Belakang Bila pengalaman hidup penerima secara mendasar berbeda dengan pengirim pesan, komunikasi menjadi semakin sulit. Perbedaan usia, pendidikan, jenis kelamin, status sosial, kondisi ekonomi, latar belakang budaya,

tempramen, kesehatan, popularitas ataupun agama dapat mempersulit atau mengganggu proses komunikasi.

b. Perbedaan Penafsiran Kata Perbedaan penafsiran kata sering terjadi karena majemuknya latar belakang budaya yang ada.

c. Perbedaan Reaksi Emosional Seseorang mungkin bereaksi secara berbeda terhadap kata yang sama pada keadaan yang berbeda. Suatu pesan yang jelas dapat diterima di suatu kondisi akan dapat membingungkan dalam situasi yang berbeda. Hal ini tergantung pada hubungan emosional antara penerima dengan pengirim pesan. Setiap pesan paling tidak mengandung dua hal yaitu dalam artian isi yang berkaitan dengan subjek suatu pesan dan dalam artian hubungan yang memberikan sifat suatu interaksi antara pengirim dan penerima pesan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.1.4.1 Definisi Strategi Komunikasi

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

> "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 menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.." (Effendy, 2003:300)
> Menurut Middleton (1980) dalam buku Cangara (2013: 61) menyatakan,
> "Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal."

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

2.1.4.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi karangan Effendy (2013: 32), tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* terdiri dari 3 tujuan utama, yaitu :

a. *To secure understanding,* yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimannya.
b. *To establish acceptance*, yaitu setelah ia mengerti dan menerima pesan tersebut ia harus dibina,
c. *To motivate action,* setelah menerima dan dibina akhirnya kegiatan tersebut dimotivasikan.

2.1.4.3 Hubungan Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan 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.

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

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

   Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari terlebih dahulu siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi.

b. Pemilihan Media Komunikasi

   Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, kesan yang akan dicapai, kesan yang akan disampaikan, dan tekmik yang akan digunakan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

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

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

   Ada dua faktor yang penting yang perlu diperhatikan pada diri komunikator saat ia menyampaikan pesan, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

2.1.4.4 Fungsi Strategi

Menurut Agustinus Sri Wahyudi dikutip oleh Ruslan (1998: 129), manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan strategi (manajemen strategi) secara garis besar adalah sebagai berikut :

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

2.1.5 Tinjauan Tentang Minat

2.1.5.1 Definisi Minat

Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus menerus yang disertai rasa senang. (Slameto, 2003)

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minatpun berkurang. (Hurlock,1999)

Minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang/ hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. (Winkel, 1983)

Minat merupakan faktor psikologis yang terdapat pada setiap orang. Sehingga minat terhadap sesuatu atau kegiatan tertentu dapat dimiliki setiap orang. Bila seseorang tertarik pada sesuatu maka minat akan muncul. Dari pengertian tersebut dapat dimengerti bahwa terjadinya minat itu karena dorongan dari perasaan senang dan adanya perhatian terhadap sesuatu.

Ciri-ciri minat menurut Hurlock (1999 : 115) adalah :

1) Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.
2) Minat bergantung pada kesiapan belajar
3) Minat bergantung pada kesempatan belajar.

4) Perkembangan minat mungkin terbatas.

5) Minat dipengaruhi budaya.

6) Minat berbobot emosional.

7) Minat cenderung bersifat egosentris.

2.1.5.2 Pengertian Minat Belajar

Minat belajar adalah salah satu bentuk keaktifan seseorang yang mendorong untuk melakukan serangkaian kegiatan jiwa dan raga untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman individu dalam interaksi dalam lingkungannya yang menyangkut kognitif, afektif, dan psikomotorik.

Beberapa ahli pendidikan berpendapat bahwa paling efektif untuk membangkitkan minat pada suatu subyek yang baru adalah dengan menggunakan minat-minat siswa yang telah ada. Disamping memanfaatkan minat yang telah ada sebaiknya para pengajar juga berusaha membentuk minat-minat baru pada diri siswa. Hal ini dapat dicapai dengan jalan memberikan informasi pada siswa mengenai hubungan antara suatu bahan pengajaran yang akan diberikandengan bahan pengajaran yang lalu dan menguraikan kegunaannya bagi siswa di masa yang akan datang.

Bila usaha-usaha tersebut tidak berhasil, pengajar dapat memakai intensif dalam usaha mencapai tujuan pengajaran. Intensif merupakan alat yang dipakai untuk membujuk seseorang agar melakukan sesuatu yang tidak mau melakukannya atau yang tidak dilakukannya dengan baik.

Diharapkan pemberian intensif yang akan membangkitkan motivasi siswa dan mungkin minat terhadap bahan yang diajarkan akan muncul. (Slameto, 2003 : 180-181)

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat belajar adalah pilihan kesenangan dalam melakukan kegiatan dan dapat membangkitkan gairah seseorang untuk memenuhi kesediaanya dalam belajar.

2.1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Belajar

Seseorang akan berminat dalam belajar manakala ia dapat merasakan manfaat terhadap apa yang dipelajari,baik untuk masa kini maupun masa yang akan datang dan dirasakan ada kesesuaian dengan kebutuhan yang sedang dihadapi, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tumbuh berkembangnya minat maupun sebaliknya mematikan minat belajar adalah sebagai berikut :

1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berada dalam diri siswa antara lain :

a) Kematangan

Kematangan dalam diri siswa dipengaruhi oleh pertumbuhan mentalnya. Mengajarkan sesuatu pada siswa dapat dikatakan berhasil jika taraf pertumbuhan pribadi telah memungkinkan dan potensi-potensi jasmani serta rohaninya telah matang untuk menerima hal yang baru.

b) Latihan dan Ulangan

Oleh karena telah terlatih dan sering mengulangi sesuatu, maka kecakapan dan pengetahuanyang dimiliki siswa dapat menjadi semakin dikuasai. Sebaliknya tanpa latihan pengalaman-pengalaman yang telah dimiliki dapat hilang atau berkurang. Oleh karena latihan dan seringkali mengalami sesuatu, maka seseorang dapat timbul minatnya pada sesuatu.

c) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong bagi siswa untuk melakukan sesuatu. Motivasi dapat mendorong seseorang, sehingga akhirnya orang itu menjadi spesialis dalam bidang ilmu pengetahuan tertentu. Tidak mungkin seseorang mau berusaha mempelajari sesuatu dengan sebaik-baiknya jika ia tidak mengetahui betapa penting dan faedahnya hasil yang akan dicapai dari belajarnya bagi dirinya (Purwanto, 2006 : 103-104).

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah factor yang berasal dari luar diri siswa, antara lain :

a) Faktor Guru

Seorang guru mestinya mampu menumbuhkan dan mengembangkan minat diri siswa. Segala penampilan seseorang guru yang tersurat dalam kompetensi guru sangat mempengaruhi sikap guru sendiri dan siswa. Kompetensi itu terdiri dari kompetensi

personal yaitu kompetensi yang berhubungan dengan kepribadian guru dan kompetensi professional yaitu kemampuan dalam penguasaan segala seluk beluk materi yang menyangkut materi pelajaran, materi pengajaran maupun yang berkaitan dengan metode pengajaran. Hal demikian ini dapat menarik minat siswa untuk belajar, sehingga mengembangkan minat belajar siswa.

b) Faktor Metode

Minat belajar siswa sangat dipengaruhi metode pengajaran yang digunakan oleh guru. Menarik tidaknya suatu materi pelajaran tergantung pada kelihaian guru dalam menggunakan metode yang tepat sehingga siswa akan timbul minat untuk memperhatikan dan tertarik untuk belajar

c) Faktor Materi Pelajaran

Materi pelajaran yang diberikan atau dipelajari bila bermakna bagi diri siswa, baik untuk kehidupan masa kini maupun masa yang akan dating menumbuhkan minat yang besar dalam belajar. (Hamalik , 2006 : 30-32).

Berbagai faktor tersebut saling berhubungan erat dan dapat pula bersama-sama mempengaruhi minat belajar siswa.

2.1.6 Tinjauan Tentang Seni Tradisional

Seni tradisional adalah unsur kesenian yang menjadi bagian hidup masyarakat dalam suatu kaum/puak/suku/bangsa tertentu. Tradisional adalah aksi dan tingkah laku yang keluar alamiah karena kebutuhan dari

nenek moyang yang terdahulu. Tradisi adalah bagian dari tradisional namun bisa musnah karena ketidamauan masyarakat untuk mengikuti tradisi tersebut. Seni tradisional yang ada di suatu daerah berbeda dengan yang ada di daerah lain, meski pun tidak menutup kemungkinan adanya seni tradisional yang mirip antara dua daerah yang berdekatan.

Berdasarkan bentuk dan mediumnya seni dapat diklasifikasikan dalam lima kelompok : seni rupa, seni musik, seni tari, seni teater dan seni sastra.

Table 2.2

Macam-Macam Seni

No	Cabang Seni	Bentuk Media	Indera Penikmat	Matra
1	Rupa	Benda	Penglihatan, peraba	2 atau 3 dimensi
2	Musik	Suara, benda, manusia, gerak	Pendengaran, penglihatan	Waktu, 3 dimensi
3	Tari	Tubuh manusia, gerak, musik	Penglihatan, pendengaran	Waktu, 3 dimensi
4	Teater/Pertunjukan	Manusia, benda/alam, aktinf, adegan, suara/musik	Penglihatan, pendengaran	Waktu, 3 dimensi
5	Sastra	Tulisan	Penglihatan	2 dimensi

Dalam penelitian ini seni tradisional yang dipakai hanya seni musik dan seni tari yang berasal dari Minahasa, Manado.

2.1.6.1 Tinjauan Tentang Seni Musik

Unsur bunyi adalah elemen utama seni musik. Unsur lain dalam bentuk harmoni, melodi dan notasi musik merupakan wujud sarana yang diajarkan. Media seni musik adalah vokal dan instrumen. Karakter musik instrumen dapat berbentuk alat musik Barat dan alat musik Nusantara/tradisional. Jenis alat musik tradisional antara lain terdiri dari seruling, gambang kromong, gamelan, angklung, rebana, kecapi, dan kolintang serta arumba. Jenis alat musik Barat antara lain terdiri dari piano, gitar, flute, drum, musik elektronik, sintetiserr, seksopon, dan terompet.

Kompetensi dasar yang harus dicapai dalam mempelajari seni musik meliputi kemampuan memahami dan berkarya musik, pemahaman pengetahuan musik mencakup harmoni, melodi dan notasi musik serta kecerdasan musikal yang memungkinkan seseorang dapat beradaptasi dengan perangkat musik secara cepat. Di sisi lain, kemampuan memahami dan membuat notasi, kemampuan mengaransemen, serta praktik dasar maupun mahir dalam banyak alat atau instrumen secara terampil, serta kemampuan memahami dan membuat multimedia. Seni musik yang lebih mempromosikan unsur bunyi sebagai medium dasar musik lebih memiliki proporsi pada bunyi yang teratur, bunyi yang berirama, serta paduan bunyi yang menjurus kepada eksperimental bunyi secara harafiah tanpa ritme, melodi maupun harmoni. Seni musik banyak berkembang pada komunitas masyarakat yang memiliki aliran klasik, ekspresionis, eksperimentalis, dan

fluonsis dengan memetakan perkembangan musik melalui bunyi-bunyian yang tidak berirama dan bernada. Seni musik tumbuh-kembang sejak zaman Renaissance hingga abad milenium. Secara progresif aliran musik yang berkembang pada saat ini lebih ke arah musik yang memiliki tonasi, interval, dan harmoni secara varian.

Seni musik lebih transparan dalam bentuk hasil karyanya. Bunyi sebagai media ungkap menjadi salah satu alat komunikasi dalam menginternalisasikan makna bunyi ke dalam penerjemahan kuantum dari pikiran aranjer(penata musik) ke penonton. Oleh sebab itu, dibutuhkan pemaknaan artikulasi penataan musik terhadap cara penyampaian makna musik untuk dapat dimengerti oleh penonton. Dengan demikian makna penataan musik semakin mudah dipahami, dimengerti dan menjadi media komunikasi antara penata musik dengan penghayat musiknya. Alat musik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alat musik Kolintang milik budaya Minahasa, Menado.

2.1.7 Tinjauan Alat Musik Kolintang

Pada abad ke 16 seorang pria yang bernama Lintang Sumenge, tinggal di pergunungan Lembean Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara. Pekerjaannya sehari-hari mengambil kayu bakar di hutan pegunungan Lembean Minahasa. Pada suatu hati Datu (orang tua) Lintang Sumenge mengambil kayu bakar di hutan ia mengumpulkan kayu tersebut dengan cara melempar kayu dari posisi dia mengambil kayu tersebut dengan tujuan menghemat waktu dan tenaga mengangkat kayu, dengan posisi

kayu dilempar untuk di kumpulkan disuatu tempat sehingga mengeluarkan bunyi suara yang menggema. Kemudian Dotu (orang tua) Lintang Sumenge terinspirasi mengambil beberapa bilah kayu untuk ditaruh di atas Kowei (Kulit Batang pisang yang masih mentah) dan diketuk-ketuk dengan sebatang kayu kecil kemudian kayu tersebut mengeluarkan bunyi merdu, jumlah kayu tersebut terdiri dari lima batang kyu (bilah). Walaupun mengeluarkan suara Dotu Lintang Sumenge tidak mengetahui kalau kayu yang mengeluarkan itu berbunyi nada atau not apa? Kayu jenis ini biasanya disebut orang Minahasa wunud (sejenis kayu Waru).

Kolintang berasal dari panggilan si pembuatnya, karena pada saat itu Dotu Lintang Sumenge sering memainkan ke lima batang (bilah) kayu itu diatas Patubo (sejenis pintu gerbang). Bilamana ada acara di depan lapangan dan orang-orang yang akan menuju ke lapangan melihat Dotu Lintang Sumenge memainkan ke lima bilah kayu itu mereka akan menyapa hei…ko? (kamu) Lintang? An mulai saat itu bila orang-orang mendengar irama suara kayu mereka selalu mengatakan "ayo kita melihat Kolintang" bermain musik. Kemudian pada abad ke 17 di ketahuilah ke lima bilah kayu itu berbunyi nada (not) RE-MI-SOL-LA-SI, serta seiring perubahan zaman era tangga nada pada abad ke 19 berubah lagi menjadi 7 nada (not) DO-RE-MI-FA-SOL-LA-SI.

Sesudah perang dunia ke II Kolintang di gabungkan dengan alat music lainnya yakni dengan gitar, ukulele, benyo, bas (string bass). Saat itu disebut musik Kolintang campuran (Orkes Kolintang). Pada tahun 1954

melalui seorang tuna netra bernama Nelwan Katuuk, Kolintang mulai dikenal hingga ke Negara tetangga Australia dan rekaman lagu-lagu Kolintang sering terdengar di radio Australia (ABC) hingga tahun 80'an.

Karena semakin terasa perbedaan nada yang dihasilkan oleh Kolintang (bunyi kayu) dengan dawai gitar (string) bila dipadukan pada tahun 1964 timbul ide dari seorang Guru STM GMIM Tomohon yakni Willem Runtuwene yang menggantikan semua alat pengiring Kolintang dengan pengiring yang terbuat dari kayu lalu dinamakan musik Kolintang melulu dan itulah alat musik kolintang sekarang ini. Musik kolintang mulai dikenal di Jakarta melalui rekaman lagu daerah Sulawesi Utara pada tahun 1967 melalui Group Kadoodan dan Group Kolintang Mawenang.

Susunan Alat-Alat Musik Kolintang

I. Pola Lama : Melodi 2 buah pengiring; Gitar 2 buah; Benyo 2 buah; Ukulele 1 buah; Bass 2 buah (bass dan kontra bass) jumlah 9 buah alat.
II. Pola Baru : Melodi 1 buah Pengiring; Gitar 1 buah; benyo 1 ukulele 1 buah; bass 1 buah (tanpa kontra bass) jumlah 5 buah alat ditambah alat-alat perkusi lainnya.
III. Pola Terakhir Tahun 1998 menjadi :
    1. *Melody* I (ina esa)
    2. *Melody* II (ina rua)
    3. *Melody* III (ina taweng)
    4. Gitar I (karua)
    5. Gitar II (karua rua)

6. Benyo I (uner)
7. Benyo II (uner rua)
8. Ukulele (katelu)
9. Sella (sello)
10. Loway (bass)

Pola ini dibuat oleh Evert Van Lesar penyusun standarisasi instrument musik Kolintang. Penerima piagam penghargaan dari SGS *Internasional Certification Service* sebagai *Technical Expert for System ISO 9002 of PT Yamaha Music Manufacturing.*

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indicator 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 ini.

Komunikasi merupakan faktor terpenting dalam menjalin hubungan baik antar individu satu dengan individu lainnya maupun antar kelompok satu dengan kelompok lainnya. Begitupun didalam sebuah sanggar kesenian, tentunya terdapat sumber daya manusia yang difungsikan untuk mengerjakan berbagai pekerjaan yang sudah ditentukan dan dikerjakan oleh masing-masing divisi untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah direncanakan dan di *manage* dengan sebaik-baiknya, untuk itu tentunya diperlukan strategi komunikasi yang baik untuk menunjang kesuksesan seluruh rencana yang telah ditetapkan. Seperti halnya Sanggar

Bapontar, suatu sanggar musik untuk bisa mempertahankan keeksistensiannya hingga puluhan tahun, merupakan sebuah tantangan yang besar. Dalam hal ini maka Sanggar Bapontar oleh peneliti dijadikan objek pada penelitian ini. Dan peneliti menjadikan strategi komunikasi pimpinan sebagai fokus penelitian.

Middleton (1980) menyatakan, "Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Cangara, 2013 :61)

Bertolak dari pendapat Middleton dalam buku Cangara (2013: 61), maka peneliti menetapkan *sub focus* penelitian yaitu komunikator, pesan, saluran (media), dan efek. Maka Strategi Komunikasi Sanggar Bapontar dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Menetapkan Komunikator : dalam menetapkan seorang komunikator harus diperhatikan kesesuaian antara bidang ilmu yang dimiliki dengan kelompok sasaran, karena komunikator merupakan sumber utama dalam pelaksanaan komunikasi. Komunikator memiliki peranan penting, karena jika komunikasi tidak berhasil maka kesalahan utama berasal dari komunikator yang tidak memahami penyusunan pesan dan tidak memilih media yang tepat (Cangara : 2013 : 108). Dalam hal ini untuk mengatur sebuah kelompok apalagi dalam sebuah sanggar kesenian tidaklah mudah. Apalagi sebuah kelompok yang tidak memiliki struktur anggota yang tidak tetap. *Missed Communication* acap kali sering terjadi apabila seorang komunikator tidak memiliki strategi dalam mengatur anggotanya agar

tetap dalam satu tujuan. Oleh karena itu salah satu hal yang perlu dimiliki oleh komunikator yang baik salah satunya memiliki integritas yang tinggi di bidangnya dan disegani oleh komunikannya.

2. Penyampaian Pesan : Penyampaian pesan sangat tergantung pada program apa yang akan dilaksanakan. Jika tujuan program adalah untuk program penyuluhan (sosialisasi) maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif (Cangara, 2013 : 114). Agar memberikan kesan persuasif, penyusunan pesan sangatlah penting. Apalagi dalam menumbuhkan suatu minat belajar anggotanya. Pesan yang disampaikan juga harus memiliki tingkatannya, mengingat di dalam sanggar seni anggota yang bergabung tidak hanya dari usia dewasa, anak-anak sampai remaja pun ada di dalamnya.
3. Memilih Media/ Saluran : dalam memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi pesan dan tujuan pesan yang akan disampaikan serta jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Hal ini penting dilakukan guna menghindari pemborosan biaya, waktu dan tenaga (Cangara, 2013 : 120). Untuk menyebarluaskan suatu kesenian daerah, apalagi bukan daerah asal kesenian itu sendiri diperlukan media yang tepat untuk menyebarluaskannya. Semakin naiknya pamor kesenian daerah tersebut, maka setiap anggota yang memainkan kesenian tersebut merasa lebih bangga, dan memiliki tanggung jawab yang besar dalam mengemban tugasnya masing-masing. Hal ini bisa dimanfaatkan Sanggar Bapontar dalam strateginya menumbuhkan minat anggotanya mempelajari alat musik tradisional yang bukan dari daerahnya tersebut.

4. Pengaruh : semua kegiatan/ program komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk mempengaruhi target/sasaran. Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan (Stuart dan Jamias dalam Cangara, 2013 : 139). Pengaruh merupakan suatu hal yang sangat penting demi mengetahui berhasil atau tidaknya sebuah strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Pengaruh dapet berupa perubahan pengetahuan *(knowledge)*, sikap *(attitude)* dan perilaku *(behavior)*

Bentuk dari kerangka pemikiran diatas, strategi komunikasi adalah perencanaan strategi komunikasi dengan komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Bapontar dengan berfokus pada kesenian tradisional Minahasa (Sulawesi Utara) yaitu alat musik kolintang. Tujuan dari didirikannya Sanggar Bapontar adalah untuk melestarikan kesenian minahasa agar tidak punah. Oleh karena itu diperlukannya strategi yang tepat di dalam sanggar tersebut agar anggotanya tetap solid dan tujuan sanggar tersebut tercapai.

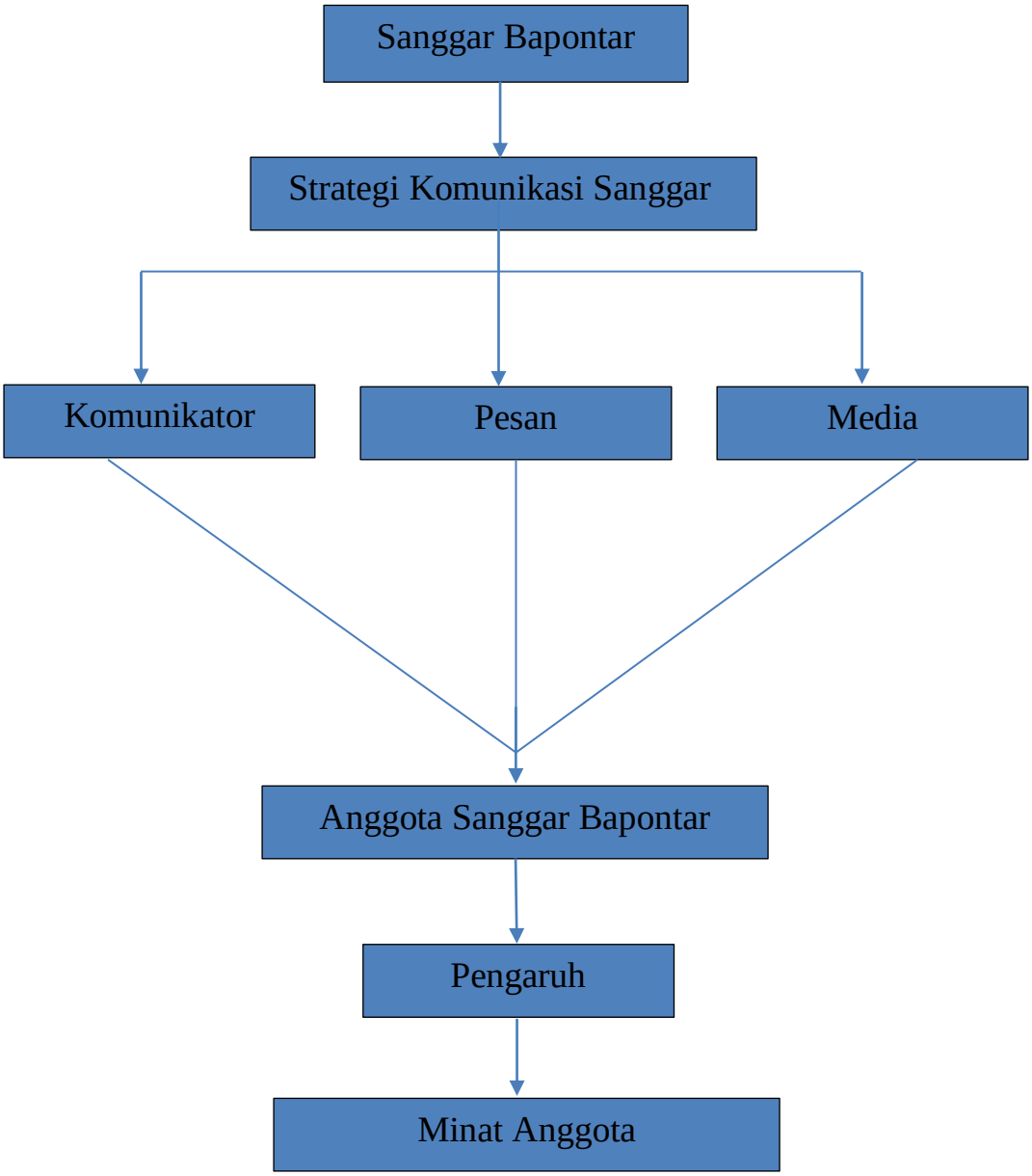
Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan di Sanggar Bapontar sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan mempertinggi minat perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu kelompok mencapai tujuannya. Untuk tercapainya tujuan-tujuan dalam sebuah kelompok maka dibuatlah sebuah strategi komunikasi sebagai tolak ukur dalam pencapaian sebuah tujuan.

Sanggar Bapontar pun memiliki beberapa strategi komunikasi yang dilakukan untuk menumbuhkan minat anggotanya mempelajari alat musik

kolintang dengan merencanakan dan *memanage* rencana tersebut dengan sebaik-baiknya, melibatkan komunikator, pesan, saluran (media), dan efek agar tercapai tujuan dari serangkaian tindakan bagaimana sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Bapontar yang harus dilakukan agar tercapainya minat dari anggota Sanggar Bapontar.

Peneliti dapat menggambarkan dari definisi strategi komunikasi sebagai fokus penelitian, dan pengembangan minat belajar untuk anggota Sanggar Bapontar, sebagai kajian dalam penelitian. Seperti yang digambarkan dibawah ini.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber: Peneliti, 2015