BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi merupakan kunci utama dalam mencapai tujuan yang maksimal, baik oleh individu, kelompok maupun instansi pemerintah dan swasta, sehingga sangat penting untuk dipikirkan, direncanakan dan dijalankan untuk mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkan atau ditargetkan, seperti halnya strategi komunikasi yang harus dilakukan oleh *Maung Airsoft Club* (MARSOC) dalam mensosialisasikan kegiatan-kegiatanya.

Tanpa adanya suatu strategi komunikasi yang baik dan matang diperkirakan suatu perusahan ataupun instansi lainnya tidak akan berjalan dengan baik dalam mencapai tujuan yang diinginkannya.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh MARSOC untuk mengenalkan program / kegiatannya selama ini harus dapat tersampaikan dan terealisasikan dengan baik kepada masyarakat khususnya di daerah Bandung, sehingga diperlukan suatu strategi yang baik dan terencana. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan MARSOC harus dilakukan secara efektif agar apa yang di sampaikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat, karena *Airsoft gun* merupakan hal yang masih terdengar asing di kalangan masyarakat awam dan bahkan *Airsoft gun* merupakan senjata yang berbahaya dan dianggap bisa mematikan.

Martin-Anderson (1968) mengatakan “Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan integritas/pikiran untuk membawa semua sumber daya

yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien" (Cangara,2014:64).

Airsoft gun mempunyai 3 kategori, yaitu kategori spring tipe, *Automatic Electronic Gun* (AEG), dan *Gas Blow Back* (GBB). *Spring tipe* merupakan kategori airsoft yang menggunakan penggerak per/pegas, AEG menggunakan penggerak sistem motor yang digerakan oleh baterai, sedangkan GBB menggunakan penggerak sistem gas. Harga *airsoft gun* yang terbilang murah bisa di beli oleh masyarakat awam sehingga memungkinan penyalahgunaan fungsi dari *airsoft gun* itu sendiri, contoh penyalahgunaan *airsoft gun* itu sendiri ialah untuk mempertahankan diri (*self Defense*), melakukan kejahatan atau mengganggu ke tertiban umum dengan menggunakan *airsoft gun.*

Airsoft gun di Indonesia masih digolongkan sebagai senjata api dan tercantum dalam Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pengawasan dan Pengendalian Senjata Api Untuk Kepentingan Olahraga ("Perkapolri 8/2012") sebagai salah satu jenis senjata api olah raga [Pasal 4 ayat (1) Perkapolri 8/2012] yang dimana isi pasal tersebut menjelaskan bahwa *airsoft gun* termasuk dalam golongan senjata api yang dipakai untuk keperluan olahraga karena bentuknya yang menyerupai senjata api sungguhan. Namun dalam Undang-Undang Darurat Nomor 12 Tahun 1951 tentang Mengubah "Ordonnantietijdelijke Bijzondere Strafbepalingen" (STBL. 1948 No. 17) dan Undang-Undang Republik Indonesia Dahulu Nomor 8 Tahun 1948, *airsoft gun* tidak termasuk senjata api karena dalam UU tersebut senjata api didefinisikan sebagai senjata api dengan bagian-bagiannya, alat penyembur api dan bagian

bagiannya, mesin dan bagian bagiannya dan bahan peledak seperti granat tangan, bom dan sebagainya. Hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda mengenai airsoft gun tersebut di masyarakat.

Salah satu program yang telah dilakukan oleh MARSOC mengenai kegiatan *Airsoft* yang bekerjasama dengan Federasi *Airsoft* Indonesia (FAI) Kordinator wilayah Jawa Barat (Korwil Jabar), yaitu sosialisasi *Airsoft gun* (senjata dalam permainan *airsoft*) pada peserta yang mengikuti kegiatan skirmish bahwa *Airsoft gun* merupakan senjata yang tidak berbahaya dan *Airsoft gun* tergolong mainan melalui kegiatan skirmish atau bisa disebut kegiatan olahraga berupa simulasi perang. Strategi komunikasi MARSOC untuk menunjang sosialisasi tersebut dikarena oleh proses komunikasi yang terjadi, karena komunikasi merupakan elemen yang paling penting dalam proses sosialisasi dalam masyarakat.

MARSOC dengan permasalahan bahwa airsoft gun di Indonesia masih digolongkan kedalam senjata berbahaya dan seringkali di salah gunakan, perlu sebuah strategi komunikasi yang baik untuk tetap mempertahankan keberadaannya dan mensosialisasikannya kepada masyarakat bahwa airsoft gun merupakan sebuah olahraga bukan senjata berbahaya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, akan menggali bagaimana strategi komunikasi MARSOC dalam kegiatan sosialisasinya untuk mencapai target dengan maksimal.

Sosialisasi menurut Elly M. Setiadi & Usman Kolip, dalam bukunya "Pengantar Sosialisasi" menerangkan bahwa :

"Sosialisasi dapat diartikan sebagai proses belajar bagi seorang atau sekelompok orang selama hidupnya untuk mengenali pola-pola hidup, nilai-nilai

dan norma sosial agar ia dapat berkembang menjadi pribadi yang bisa diterima oleh kelompoknya." (Setiadi & Kolip, 2011 : 155)

Sosialisasi merupakan bagian dari proses komunikasi yang didalamnya terdapat unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, dan efek. komunikator ialah orang yang menyampaikan atau mencoba mengubah perilaku seseorang atau kelompok melalui pesan. Pesan (*message*) adalah sebuah informasi atau gagasan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Media ialah alat untuk menyampaikan pesan, informasi atau gagasan. Sedangkan efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Sosialisasi MARSOC dengan cara melakukan kegiatan Skirmish, Skirmish yang dimana sering disebut juga dengan *(War Game)* merupakan kegiatan olahraga yang menerapkan tentang simulasi perang, untuk melatih mental,fisik,kejujuran dan kerjasama tim. Selain mengadakan Skirmish MARSOC juga melakukan pengarahan-pengarahan seputar *airsoft gun* agar peserta mengetahui tentang tata cara penggunaan *airsoft gun* serta bijak dalam menggunakan *airsoft gun.*

Permainan *airsoft gun* saat ini banyak diminati oleh pencinta militer yang memiliki hobi dalam permainan perang-perangan, sehingga lahir sebuah organisasi / komunitas pecinta *airsoft gun*. Penunjang untuk mengsosialisasikan dan memperkenalkan komunitasnya itu harus memiliki strategi komunikasi yang baik dan benar.

Fungsi Airsoft gun di berbagai negara sendiri sebagai ajang olahraga dimana untuk melatih fisik, mental, kejujuran, dan strategi. Karena Airsoft gun cara

bermainnya yaitu simulasi perang dimana kita di tantang agar kita tidak terkena tembakan lawan jika tertembak maka dinyatakan sudah gugur atau mati sehingga si pemain yang tertembak tadi harus keluar lapangan cara mengetahui tertembak atau tidaknya yaitu dengan kejujuran. Negara yang sudah di legalkan penggunaan Airsoft gun antara lain : Jepang, Amerika, Canada, dan China.

MARSOC merupakan cabang dari Federasi *Airsoft* Indonesia (FAI) yang berada di daerah Bandung. MARSOC didirikan pada tanggal 27 November 2011. MARSOC juga mengkhususkan diri ke dalam pengembangan olah raga *airsoft.*

FAI merupakan komunitas pencinta permainan *airsoft gun*. Atas dasar kesadaran ingin bersatu dalam satu organisasi yang dapat menaungi seluruh *airsofte*r dari Sabang sampai Merauke, maka pada Januari 2012 di Rindam IV/Diponegoro di Semarang, para airsofter menyatukan diri dalam Federasi *Airsoft* Indonesia, yang kemudian melakukan Munas I pada Januari 2013 di Yonif 301/Prabu Kyan Santang di Sumedang. FAI saat ini memiliki 22 Pengurus Daerah dengan sekitar 1.600 orang anggota yang tersebar di seluruh Indonesia.

Peneliti tertarik mengambil penelitian tentang Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Peserta Skirmish. MARSOC sebagai objek penelitian karena permainan airsoft gun di Indonesia Masih di anggap Ilegal dan tabu karena alat yang digunakan sama seperti senjata asli 1:1 maka dari itu MARSOC dibantu oleh FAI Korwil Jabar harus bisa melakukan Sosialisasi *airsoft gun* agar masyarakat bisa mengetahui bahwa *airsoft*

gun merupakan sarana olahraga yang dimana *airsoft gun* sendiri tidak berbahaya dan beda komponennya dengan senjata asli.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti dapat menarik perumusan masalahnya sebagai berikut**:**

1.2.1 Pertanyaan Makro

Berdasarkan dari latar belakang yang di kemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian berdasarkan pertanyaan makro sebagai berikut. **"Bagaimana Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*? "**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana Perencanaan komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*?
2. Bagaimana Manajemen komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguraikan, mengenai **"Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*"**

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*
2. Untuk Mengetahui Manajemen Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta Skirmish

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah referensi dalam bidang ilmu komunikasi secara umum serta beguna untuk pengembangan ilmu komunikasi organisasi secara khusus Mengkaji strategi komunikasi yang merupakan bahan dari pengembangan ilmu komunikasi dan komunikasi organisasi yang dilihat oleh peneliti.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya peneliti juga memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan. Yaitu :

a) Kegunaan untuk Peneliti

Dengan adanya penelitian ini sangat memberikan manfaat dan kegunaanya bagi peneliti. Dimana sebagai pengalaman dan pembelajaran dalam mengaplikasikan pemahaman mengenai ilmu komunikasi secara umum dan komunikasi organisasi.

b) Kegunaan untuk Akademik

Adapun manfaat dan kegunaannya bagi akademisi dimana sebagai literatur bagi mahasiswa secara umum dan mahasiswa ilmu komunikasi secara khusus, terutama bagi peneliti selanjutnya dengan kajian penelitian yang sama.

c) Kegunaan Untuk Lembaga

Penelitian ini berguna bagi organisasi yang bersangkutan sebagai bahan evaluasi, referensi, maupun informasi melalui literatur yang membahas mengenai. Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun pada Masyarakat Bandung melalui Kegiatan Airsoft.

d) Kegunaan Untuk Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat sebagai informasi mengenai. Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Masyarakat Bandung melalui Kegiatan Airsoft untuk dijadikan sumber informasi, pelajaran dan mampu menjadi pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya mahasiswa.