

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitin sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama sebagai acuan.

Tabel 2. 1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tahun	Identitas Penyusun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Strategi Komunikasi Guru Dalam Pendidikan Karakter Siswa SMP Filial	2017	Maria Ulfa (Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Kualitatif Metode Penelitian Deskriptif	Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Guru Di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas I Palembang dalam Pendidikan Karakter Siswa SMP Sekolah Filial. Untuk mengetahui Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Guru Dalam Pendidikan Karakter Siswa SMP Filial.
2	Strategi Komunikasi Guru SMA Alfa Centauri	2020	Reza Suci Safitri (Universitas Adhirajasa	Kualitatif Metode Penelitian Deskriptif	Memaparkan Strategi Komunikasi Guru SMA Alfa Centauri Bandung belajar online saat di

	Bandung Masa Pembelajaran Online di Situasi Pandemi Covid-19		Reswara Sanjaya (Bandung)		situasi pandemi Covid-19. Dan menerangkan pembahasan secara online sehingga dapat dipahami dan memaparkan kendala apa yang di alami guru saat melakukan kegiatan belajar mengajar online learning ketika pandemi Covid-19.
3	Pembelajaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Sebagai Strategi Pembelajaran Dan Capaian Hasil Belajar Pada Siswa Kelas III B MI Al-ITTIHAAD	2020	Khoirunnissa (Pendidikan Guru Madrasah Ibtaiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Intitut Agama Islam Negeri Salatiga	Kualitatif Metode Penelitian Deskriptif	Penelitian ini dilakukan guna menampung data informasi mengenai suatu dorongan atau kesulitan yang dilalui. Dan mengetahui bagaimana cara untuk mencapai tempat tujuan, cara menanggapi, serta informasi yang terkumpul didapatkan melalui pengalaman dari seseorang lainnya yang menjalani desakan yang sama.

Sumber : Peneliti, 2021

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dari hidup manusia, karena komunikasi merupakan jalur penting yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan lain-lain, maka melalui komunikasi lah kita

membangun hubungan dengan beragam jenisnya, dengan begitulah komunikasi sangatlah mendasar bagi kehidupan kita.

Definisi kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana 2005 : 4).

Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungannya serta komunikasi dilakukan dengan berbagai media agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan benar, sebagaimana yang diungkapkan oleh Lasswell “Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa”.

“Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih”. (Mulyana, 2005:3).

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan diatas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat

menciptakan dan menggunakan informasi tersebut untuk berhubungan satu sama lain dengan lingkungan.

Komunikasi pada hakekatnya merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan sering sekali dilakukan dalam kehidupan setiap manusia, kebutuhan manusia untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Oleh karena itu manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan orang lain. Setiap orang yang hidup dalam komunikasi, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya suatu komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang berhubungan, menimbulkan interaksi sosial yang disebabkan oleh interkomunikasi.

Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi, masyarakat tidak mungkin akan terbentuk, dan sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa komunikasi itu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, individu, kelompok maupun masyarakat. Karena berkomunikasi yang baik akan memberi daya tarik langsung kepada seseorang dalam bermasyarakat.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Komunikasi pada hakekatnya merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan sering sekali dilakukan dalam kehidupan setiap manusia, kebutuhan manusia untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Oleh karena itu manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan orang lain. Setiap orang yang hidup dalam komunikasi, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya suatu komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang berhubungan, menimbulkan interaksi sosial yang disebabkan oleh interkomunikasi.

Komunikasi dan masyarakat adalah dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan satu sama. Sebab tanpa komunikasi, masyarakat tidak mungkin akan terbentuk, dan sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia mungkin tidak dapat mengembangkan komunikasi.

Definisi di atas dapat diuraikan bahwa komunikasi itu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, individu, kelompok maupun masyarakat. Karena berkomunikasi yang baik akan memberi daya tarik langsung kepada seseorang dalam bermasyarakat.

Secara umum banyak ilmuwan sepakat bahwa komunikasi itu merupakan sebuah proses penyampaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, emosi, perilaku, dan sebagainya. dalam proses

komunikasi terdapat empat kemungkinan jenis pesan (1) Verbal disengaja; (2) Verbal tidak disengaja; (3) Non Verbal disengaja; (4) Non Verbal tidak disengaja. Pesan verbal disengaja yaitu usaha- usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakannya. perbedaan antara pesan non verbal disengaja dan tidak disengaja adalah dalam aspek keinginan.

“Proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Sementara itu, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses komunikasi terdiri dari penyebar pesan, pesan, dan penerima pesan.” Onong Uchjana Efendi (2001:11).

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu faktor yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan setiap manusia, karena tanpa komunikasi kita tidak dapat berinteraksi ke manapun dan dengan siapapun.

Penegasan dan pengertian tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi diatas adalah sebagai berikut:

1. *Sender*: komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. *Encoding* (penyandian): proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

3. *Message*: pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media*: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding* (pengawasandian): proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver*: komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response* (tanggapan): seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan
8. *Feedback* (umpan balik): tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Model komunikasi di atas menjelaskan bahwa faktor-faktor kunci dalam mewujudkan komunikasi yang efektif. Komunikator harus mengetahui khalayak yang dapat dijadikan sebagai sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam mengelola suatu pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya menerima dan menanggapi suatu pesan. Komunikator harus mampu mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut "Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?" yaitu :

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*.

2. Pesan

Pesan (*message*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.

3. Media

Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

4. Komunikan

Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat

5. Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.
(Cangara,2005:147)

2.1.2.4 Bentuk Komunikasi

Adapun bentuk-bentuk komunikasi, yang disebut sebagai Tatanan Komunikasi, terbagi menjadi tiga bagian di antaranya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komunikasi Persona (*Personal Communication*), yakni pernyataan manusia yang didasarkan pada sasaran tunggal.
2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*), yakni pernyataan manusia didasarkan pada kelompok manusia tertentu atau komunikasi antara seseorang dengan sejumlah orang.
3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*), yakni bentuk komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek-efek tertentu. (Onong Uchjana Effendy, 1991:36)

Uraian di atas menjelaskan dan membagi atas tiga bagian atas bentuk komunikasi di antaranya yaitu komunikasi persona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Dapat disimpulkan juga bahwa ketiga bentuk di atas maka pernyataan-pernyataan manusia yang didasarkan pada sasaran tunggal, kelompok tertentu dan pernyataan tertentu dan harus dikomunikasikan.

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal

(komunikasi dengan diri sendiri) Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. Komunikasi Interpersonal (komunikasi antarpribadi)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. (Mulyana, 2003:73)

3. Komunikasi Kelompok kecil

kelompok kecil diartikan sebagai proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal antara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi. (Tubbs dkk, 2008:17)

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa

dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum. (Mulyana, 2003:74)

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2003:75) komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Gold baher dalam Tubbs dkk, 2008:18)

6. Komunikasi Lintas Budaya

Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)

7. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah

besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

(Mulyana, 2003:75)

2.1.2.5 Fungsi komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Fungsi Komunikasi menurut William I Gordon yaitu :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting dalam membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya.

2.1.2.6 Tujuan Komunikasi

Didalam kehidupan sehari-hari komunikasi memiliki tujuan. Komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku komunikasi. Menurut Schramm dalam Sendjaja menjelaskan “tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan, yaitu kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan”. (Sendjaja, 2004:2.19)

Tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan sumber atau komunikator antara lain:

1. Memberikan informasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang didalamnya sarat akan informasi. Melalui komunikasi, pesan tersebut disampaikan komunikator kepada komunikan.

2. Mendidik

Dari sekedar memberikan informasi, akhirnya banyak input yang disampaikan komunikator agar komunikan menjadi lebih luas pengetahuannya.

3. Menghibur

Seorang komunikator berkomunikasi tidak semata-mata memberikan informasi dan pengetahuan melainkan juga menghibur perasaan komunikan. Hal ini sering dilakukan untuk mengakrabkan ikatan emosional.

4. Menganjurkan suatu tindakan

Pesan yang disampaikan komunikator merupakan stimulus yang dapat menjadi acuan bagi komunikan. Komunikator dapat mempengaruhi komunikan melalui komunikasi. (Sendjaja, 2004:2.19)

Sedangkan tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan penerima atau komunikan antara lain:

1. Memahami informasi

Minimnya informasi menjadikan seseorang menjadi kurang paham mengenai suatu hal. Melalui informasi yang disampaikan komunikator, komunikan menjadi lebih paham mengenai informasi yang dibutuhkannya.

2. Mempelajari

Pesan yang disampaikan komunikator sarat akan pengetahuan dan informasi. Dengan berkomunikasi dengan komunikator, komunikan dapat mempelajari hal-hal yang tidak diketahuinya.

3. Menikmati

Tanpa disadari seorang komunikator adalah entertainer sejati. Komunikan dimanjakan oleh banyaknya informasi, pengetahuan, dan sekaligus hiburan dari komunikator.

4. Menerima atau menolak anjuran

Sebagai komunikan, mereka kerap kali menjadi sasaran dari komunikator. Komunikasi memungkinkan seorang dapat menerima atau menolak sesuatu akibat pengaruh komunikator. (Sendjaja, 2004:2.19)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafied adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

1. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.

Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

2. Memahami orang.

Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

3. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain

Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki.(Hafied, 2002: 22)

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Perubahan Sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya

supaya masyarakat ikut serta dalam pilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat, dan sebagainya.

2. Perubahan Sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.
3. Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya dalam informasi mengenai pemilu. Terutama informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.
4. Perubahan perilaku. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat. (Effendy, 2000:19)

2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi pengertian strategi adalah sebagai berikut: “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu- waktu bergantung pada situasi dan kondisi” (Effendy,2011:32)

Arifin Anwar memberikan penjelasan bahwa: “Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat” (Arifin Anwar,1994:10).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah rangkaian proses dari mulai perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi sebuah kegiatan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “Dimensi - dimensi Komunikasi” menyatakan bahwa : “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”. (Effendi, 1981: 84).

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendi bahwa strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu :

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “*cultural gap*”, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain yang dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung bagaimana strategi mengemas informasi itu dalam dikomunikasikannya. (Effendi,1981:67)

Dalam hal strategi dalam bidang apa pun tentu harus didukung dengan teori. Begitu juga pada strategi komunikasi harus didukung dengan teori, dengan teori merupakan pengetahuan mendasar pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Karena teori merupakan suatu pernyataan (*statement*) atau suatu konklusi dari beberapa pernyataan yang menghubungkan (mengkorelasikan) suatu pernyataan yang satu dengan pernyataan lainnya.

Menurut definisi dari Jalaludin Rahmat dan Anwar Arifin maka dapat ditarik garis besar bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah langkah yang kondisional karena diperlukan perumusan tujuan yang jelas untuk melakukan aktifitas demi tercapainya tujuan.

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

1. Mengenal Khalayak, dengan mengenal khalayak, diharapkan komunikasi dapat berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan, setelah khlayak dan situasinya jelas diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.
3. Menetapkan Metode, di dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek:
 - a. Menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya.
 - b. Menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi darisegi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk:

- A. Metode redundancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.

- B. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap- sikap dan motif khalayak.
- C. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta-fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggung jawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak
- D. Metode koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.
- Seleksi dan Penggunaan Media, penggunaan media merupakan alat penyalur ide dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media secara selektif artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak, secara teknik dan metode yang diterapkan. Untuk menyusun sebuah strategi harus ada tujuan yang jelas dan diolah melalui perencanaan yang matang. Masih menurut Onong Uchyana Effendy, beliau mengemukakan bahwa strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu: Pertama menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Kedua, menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan

diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. Demikian beberapa uraian tentang urgensinya strategi komunikasi khususnya dalam proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Apabila strategi komunikasi tersebut berhasil dilakukan dan tujuan yang dicapai maka komunikasi yang terjadi sudah efektif karena terjadi saling pengertian antara komunikator dan komunikan dimana apa yang diharapkan dan diinginkan oleh komunikator dapat mengubah sikap komunikannya. Bila strategi komunikasi yang dilancarkan berjalan sesuai dengan yang diharapkan maka keadaan yang harmonis dapat muncul seperti rasa saling menghargai antara perusahaan dan karyawan atau sebaliknya sebagai pendorong kinerja perusahaan

untuk bekerja dengan keadaan yang kondusif. Seseorang yang baik harus selalu berhubungan baik dengan masyarakatnya. Komunikasi yang baik adalah dasar dari hubungan baik tersebut. Dengan terciptanya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publiknya maka hubungan baik pun pasti akan tercipta.

Strategi komunikasi merupakan suatu proses kegiatan yang berjalan secara terus-menerus dalam kegiatan komunikasi. Strategi komunikasi menjadi sebuah alat untuk menentukan arah dari bentuk komunikasi yang dilakukan, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif tidak dapat dipungkiri banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Strategi komunikasi tidak lepas dari proses perencanaan atau langkah yang menggunakan pesan dan media. Pesan adalah suatu gagasan atau ide yang telah dituangkan ke dalam lambang untuk disebarkan atau diteruskan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lainnya. Pesan dapat menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Secara umum, jenis pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Sedangkan, pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang

timbul. Media adalah alat yang digunakan untuk mengantarkan atau menyalurkan pesan kepada komunikan untuk mencapai sasaran komunikasi. Dalam penggunaan media tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan khalayak yang akan dituju. Media adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media sendiri ada dua jenis yang pertama adalah media cetak yang terdiri dari koran, majalah, spanduk, pamflet, dll. Media elektronik yang terdiri dari radio, internet, dan televisi. Masing- masing media memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing yang juga dapat menjadi karakteristik khusus dari media tersebut.

2.1.4 Tinjauan Tentang Kemampuan Komunikasi Guru

2.1.4.1 Pengertian Kemampuan Komunikasi Guru

Kemampuan komunikasi adalah suatu kemampuan untuk memilih perilaku komunikasi yang cocok dan efektif bagi situasi tertentu. Menurut Onong Uchjana “komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu”. Menurut Hovland, komunikasi adalah proses perubahan perilaku orang lain. Komunikasi bukan sekedar tukar menukar pikiran serta pendapat saja akan tetapi kegiatan yang dilakukan untuk berusaha mengubah pendapat dan tingkah laku orang lain.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris Communication berasal dari kata latin Communicatio dan bersumber dar kata Communis yang berarti sama. Artinya sama makna 4Dalam arti kata komunikasi itu minimal harus

mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena komunikasi tidak hanya informatif (agar orang lain mengerti dan tahu), tetapi juga persuasive (agar orang lain bersedia menerima suatu keyakinan untuk melakukan suatu perubahan).

2.1.4.2 Komunikasi Efektif Dengan Siswa

Pembelajaran di dalam kelas guru memiliki upaya dalam membangun komunikasi yang efektif dengan siswa, dalam membangun komunikasi tentunya harus memperhatikan aspek – aspek komunikasi yang efektif. Komunikasi efektif menurut Darmnin & Juarsih (2014 : 21 – 22) bahwa guru perlu memahami lima aspek dalam mencapai komunikasi yang efektif dengan siswa, yakni sebagai berikut

1) Kejelasan

Hal ini dijelaskan bahwa dalam komunikasi dengan peserta didik guru harus menggunakan bahasa dan mengemas informasi secara jelas, sehingga mudah diterima dan dipahami oleh peserta didik.

2) Ketepatan

Ketepatan atau akurasi ini menyangkut penggunaan bahasa yang benar dan kebenaran informasi yang disampaikan. Dalam komunikasi peserta dengan peserta didik, guru harus menggunakan bahasa yang baik dan benar serta informasi yang disampaikan juga harus benar.

3) Konteks

Konteks atau sering disebut dengan situasi, maksudnya adalah bahwa bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Guru dalam berkomunikasi dengan serta didik perlu memerhatikan keadaan dan situasi yang dihadapi.

4) Alur

Bahasa dan informasi yang disajikan oleh guru dalam berkomunikasi dengan peserta didik harus disusun dengan atau sistematika yang jelas, sehingga pihak penerima informasi yaitu peserta didik cepat tanggap.

5) Budaya

Aspek ini tidak hanya menyangkut bahasa dan informasi tetapi juga berkaitan dengan tatrakrama dan etika. Artinya dalam berkomunikasi dengan serta didik guru harus menyesuaikan dengan budaya serta didik, baik dalam penggunaan bahasa verbal maupun nonverbal, agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi (Lestari, dalam Darmin & Juarsih, 2014 : 22).

Menurut teori di atas maka komunikasi yang efektif antara guru dengan siswa yakni harus memperhatikan aspek kejelasan, ketepatan, konteks, alur, dan budaya. Sehingga komunikasi dapat berjalan efektif ketika lima aspek tersebut terpenuhi.

2.1.4.3 Hambatan Komunikasi Dalam Proses Pembelajaran

Komunikasi dengan peserta didik dalam proses pendidikan atau pembelajaran tidak terlepas dari adanya hambatan yang membatasi efektivitas penyampaian pesan, menurut Dirman & Juarsih (2014 : 36 –38) bahwa ada dua jenis gangguan dalam komunikasi dengan peserta didik dalam pendidikan, yaitu gangguan sematik dan gangguan saluran.

1. Gangguan Saluran (*Chanel Noise*)

Gangguan jenis ini meliputi setiap gangguan yang mempengaruhi kehandalan fisik penyampaian pesan. Hal ini bisa diartikan sebagai segala hambatan yang terjadi diantara sumber dan audiene. Misalnya : seorang guru.

berbicara dalam sebuah ruangan ditengah pembicaraan lainnya, suara pintu tertutup, suara gaduh dari ruangan kelas lain, dan gangguan lain seperti itu yang dapat menghalangi informasi kepada pserta didik.

2. Gangguan Sematik

Gangguan jenis ini terjadi karena salah menafsiran pesan. Dalam jenis kegiatan komunikasi sering terjadi kesengajaan atau ketidaksesuaian antara kode yang digunakan oleh pengirim dengan yang dipahami penerima kendati pesan yang diterima sama seperti yang dikirim.

Adapun sumber gangguan sematik dalam berkomunikasi dengan peserta didik dapat berasal hal – hal berikut,

- a) Kata – kata guru yang terlalu sukar dipahami dan diterima oleh peserta didik.
- b) Perbedaan dalam memberikan arti denotative pada kata – kata yang digunakan antara guru sebagai pengirim pesan dan peserta didik sebagai penerima pesan, yakni peserta didik berfikir bahwa kata yang dimaksud menunjukkan pada sesuatu yang berbeda dengan yang dimaksud oleh guru.
- c) Pola kalimat yang membingungkan peserta didik.
Perbedaan budaya antara guru dan peserta didik, yakni intonasi, gerak mata, tangan, atau bagian badan lainnya (Bahnan dalam Dirman & Juarsih, 2014 :38)
- d) Komunikasi adalah pemindahan pesan dari pengirim kepada penerima, tentunya dalam proses pengiriman pesan tersebut harus terkadang terdapat gangguan. Terdapat gangguan saluran pesan yang menghalangi pesan tersebut tersampaikan kepada penerima dan gangguan sematik yakni gangguan dalam penerima pesan karena salah penafsiran seperti kata – kata yang sukar dipahami oleh penerima, sehingga terjadi salah penafsiran.

2.1.5 Tinjauan Komunikasi Antara Guru Dengan Siswa

Proses pembelajaran tentu terjadi adanya interaksi antara guru dengan siswa maupun siswa dengan siswa dengan berkomunikasi, untuk itu komunikasi dalam pembelajaran sangat penting. Maka dari itu guru harus memiliki

keterampilan berkomunikasi yang baik. Menurut Gordon dan Mudjito (1990 : 3) bahwa keterampilan yang di maksudkan adalah mengutamakan kemampuan keterampilan berbicara, yang galibnya dapat dilakukan secara mudah. Bicara dapat merusak hubungan antara manusia, merenggangkan guru – murid, dan sebaliknya dapat lebih mendekatkan. Jadi, komunikasi di dalamnya melibatkan keterampilan berbicara, karena dengan berbicara dapat mendekatkan hubungan guru dengan siswa ataupun sebaliknya. Menurut pendapat tersebut komunikasi dalam pembelajaran hal terpenting adalah kemampuan berbicara, sehingga dengan keterampilan berbicara dapat mengakibatkan dekat atau tidaknya hubungan antara guru dengan siswa dalam pembelajaran di kelas.

Pembelajaran di kelas tidak terdapat interaksi antara guru dengan siswa yang keduanya saling berkomunikasi. Menurut Syah (2013 : 237) bahwa proses belajar mengajar adalah kesatuan kegiatan yang terjadi interaksi resipokal yakni hubungan antara guru dengan para siswa dalam situasi intruksional, yaitu suasana yang bersifat pengajaran. Para siswa dalam situasi intruksional itu menjalani tahapan kegiatan belajar melalui interaksi dengan kegiatan tahapan mengajar yang dilakukan guru. Dalam konsep komunikasi yang disajikan pada model 12 tentang hubungan “multiarah” yang bersifat intruksional yaitu, para siswa melakukan proses belajar dalam suasana komunikasi dua arah, seyogyanya mereka dapat melakukan dalam suasana komunikasi multiarah. Dalam model 12 ini hubungan tidak hanya terjadi antara seorang guru dengan siswa dan sebaliknya, tetapi juga antara siswa dengan siswa lainnya. Jadi, bahwasanya proses

komunikasi dalam pembelajaran yakni sebuah situasi intruksional dimana guru dengan siswa menjalanu tahapan kegiatan pengajaran melalui inetrkasi yang dilakukan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya guru kepada siswa, tetapi siswa kepada siswa dan siswa kepada guru. Jadi, pada proses pembelajaran adalah kegiatan berkomunikasi dengan kegiatan interkasi intruksional, dimana di dalamnya melakukan tahapan kegiata belajar melalui interkasi tahapan belajar yang dilakukan oleh guru kepada siswanya.

Komunikasi dalam pendidikan merupakan kegiatan interaksi intruksional yang dilakukan oleh guru kepada siswanya melalui kegiatan tahapan belajar tentunya dalam interaksi edukatif tersebut memiliki ciri- ciri yang menandakan bahwasanya interkasi tesebut termasuk pada interaksi edukatif.

Menurut pendapat yang telah dipaparkan di atas, bahwasanya komunikasi dapat dikatakan sebagai inetraksi yang edukatif yakni harus memiliki ciri – ciri di dalamnyaa guru sebagai pemberi aksi atau komunikasi satu arah sehingga guru yang aktif dan siswa yang pasif ; komunikasi sebagai interaksi atau komunikasi dua arah, guru sebagai pemberi dan penerima aksi, demikian pula siswa dapat sebagai pemberi aksi atau penerima aksi ; komunikasi sebagai transaksi atau multiarah, sehingga di dalamnya siswa di tuntutan lebih aktif sebagai pemberi aksi. Komunikasi dapat dikatakan efektif jika memiliki tanda – Tanda yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengirim dan penerima pesan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok-pokok masalah penelitian.

Penjelasan yang disusun oleh peneliti akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini. Penelitian ini didasari pula pada dua kerangka pemikiran, yaitu kerangka pemikiran secara teoritis dan kerangka pemikiran secara praktis.

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (mind mapping) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Sumantri, 2015 : 353) bahwa tanda – tanda komunikasi yang efektif ada lima hal diantaranya :

a. Pengertian

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dan isi stimulasi seperti dimaksudkan komunikator. Kegagalan penerimaan isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer.

b. Kesenangan

Komunikasi ini lazim disebut komunikasi fatis (*phatic communication*), dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan.

c. Memengaruhi sikap

Manusia dalam melakukan komunikasi berharap dapat memengaruhi sikap orang lain agar bersikap sesuai dengan yang kita harapkan. Seperti guru ingin mengajak siswanya lebih mencintai ilmu pengetahuan, pemasangan iklan guna merangsang konsumen untuk membeli. Semua komunikasi ini adalah jenis komunikasi persuasive. Komunikasi ini memerlukan pemahaman tentang factor – factor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunike.

d. Hubungan social yang baik

Kebutuhan social adalah kebutuhan untuk menambahkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (*control*), dan cinta serta kasih sayang (*affection*).

e. Tindakan

Persuasi sebagai komunikasi untuk memengaruhi sikap. Sikap ditunjukkan untuk melahirkan tindakan yang terjadi. Menimbulkan tindakan nyata memang indikator efektivitas yang paling penting. Karena menimbulkan tindakan, kita harus berhasil terlebih dahulu menumbuhkan hubungan yang baik.

Komunikasi yang efektif dalam pembelajaran yakni antara pengirim dan penerima pesan merasakan hal yang sama. Tanda – tanda komunikasi yang efektif yakni penrima memahami apa yang dimaksudkan oleh pengirim sehingga timbul rasa kesenangan diantara keduanya kerana dapat merubah tingkah seseorang laku seseorang setelah menerima sebuah pesan yang mengakibatkan hubungan social yang terjalin menjadi baik dengan adanya tindakan yang mempengaruhi sikap seseorang setelah menerima pesan. Karena pada hakikatnya komunikasi adalah proses pemindahan informasi/pesan dengan memiliki tujuan tetentu yang mengakibatkan perubahan setelah menerima informasi.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

