

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Middleton, 2013 : 61). Adapun tujuan dari strategi komunikasi ialah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Cangara, 2013 : 50).

Peneliti menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi merupakan langkah utama yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal, baik oleh individu, kelompok maupun dalam instansi dan perusahaan. Strategi komunikasi sangat penting untuk dipikirkan, direncanakan dan dijalankan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan atau ditargetkan, karena tanpa dilakukannya strategi komunikasi dalam setiap kalangan akan menimbulkan dampak – dampak yang bertolak dari tujuan diatas, salah satunya ialah sebuah rencana atau kegiatan yang tidak terencanakan dan termanajemen dengan baik dan tidak dapat mencapai satu tujuan. Seperti halnya, strategi komunikasi yang harus dilakukan oleh Anak kembar dalam persaingan meraih prestasinya.

Peneliti membuat kesimpulan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Anak kembar untuk persaingan meraih prestasi harus dapat terealisasikan

dengan baik, sehingga diperlukan suatu strategi yang baik dan terencana. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yang seperti halnya yang mengatakan bahwa :

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (flamed multi media strategi) maupun secara mikro (single communication medium strategi) mempunyai fungsi ganda”. (Effendy, 2015 : 32).

Memiliki Anak kembar merupakan suatu keinginan bagi sebagian orang tua karena Anak kembar kerap membuat orang yang melihatnya gemas akan wajahnya yang mirip . Sehingga hampir semua orang tua yang memiliki anak kembar senang membelikan baju yang sama, sehingga akan terlihat menggemaskan jika baju tersebut dipakai secara bersamaan. Tidak hanya dalam berpakaian, bahkan dalam memberikan mainan terkadang orang tua dari anak kembar tersebut akan memberi mainan yang sama. Karena menurut orang tua dengan melakukan sikap seperti itu , anak kembar akan merasa bahwa orang tua mereka adil.¹

Anak kembar ialah dua atau lebih individu yang membagi uterus yang sama dan biasanya dilahirkan dalam hari yang sama. Masa mengandung terjadi lebih singkat dari 34 sampai 36 minggu. Adapun 2 jenis anak kembar yang umum diketahui oleh masyarakat yaitu :

¹ 4.<http://www.parenting.co.id/balita/kedekatan-istimewa-anak-kembar> 18 Maret 2018 Pukul 11.32

1. Kembar non identik / *dizigotik*

Secara genetic tidak berbeda dari saudara biasa dan berkembang dalam amnion dan plasenta yang terpisah. Mereka dapat memiliki jenis kelamin yang berbeda atau sama.

2. Kembar identik / *monozigotik*

Selalu memiliki kelamin sama dan secara genetik adalah sama (klon) kecuali bila terjadi mutasi pada perkembangan salah satu individu. Tingkat kemiripan kembar ini sangat tinggi, dengan perbedaan kadangkadang terjadi berupa kemiripan cerminan.²

Penelitian dari Frage et al (2005) mengungkap adanya pengaruh *epigenetik* dalam proses yang membedakan individu – individu yang kembar *monozigotik*, akibat berbedanya gen-gen yang diaktifkan, meskipun ada pengaruh kebiasaan atau pengalaman yang memengaruhi perbedaan-perbedaan itu, ilmuwan beranggapan proses acak lebih banyak berperan dalam perbedaan-perbedaan yang terjadi.

Anak kembar mengungkapkan bahwa terdapat kemudahan berkomunikasi dengan saudara kembarnya, itu dikarenakan mereka memiliki persamaan usia sehingga tidak sulit untuk menyampaikan maksud dari pesan yang akan disampaikan. Kemudian, mereka memiliki bahasa verbal maupun non verbal yang hanya dipahami oleh mereka sendiri untuk memudahkan dalam penyampaian pesan diantara mereka dan tidak diketahui oleh orang-orang yang berada disekitar mereka. Namun, terdapat

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Kembar> 18 Maret 2018 pukul 10.26

pula kesulitan yang dihadapi anak kembar ketika melakukan komunikasi dengan saudara kembarnya. Alasannya terletak pada sifat tidak mau mengalah diantara mereka berdua, pendirian berbeda yang kuat dari keduanya. Jika terjadi pertengkaran setelahnya, mereka akan sulit untuk melakukan komunikasi kembali. Pernyataan diatas merupakan simpulan berdasarkan hasil wawancara studi pendahuluan pada tanggal 20 Maret 2018 dengan informan peneliti yang bernama Nuraini Suryani, selaku Anak Kembar.

Beberapa pakar psikolog anak mengatakan bahwa jangan memperlakukan anak kembar sama, sebab pada dasarnya mereka adalah dua individu yang mempunyai karakter masing-masing. Kalau anak kembar merasa sebagai satu individu karena sejak lahir mereka dibesarkan secara bersamaan oleh orang tuanya dan selalu disamakan dalam segala hal, maka akan sulit untuk dipisahkan dikemudian hari. Saat suatu hari mereka harus berpisah atau terpisah karena suatu kondisi, maka pribadi kembar ini akan kesulitan beradaptasi dan tertekan. karena merasa kehilangan belahan jiwanya. Sebaliknya, jika anak kembar tersebut dibesarkan secara terpisah sejak kecil selama beberapa tahun, maka akan terasa sulit untuk dipersatukan, karena tidak terbiasa dengan keadaan tersebut . Dan biasanya timbul rasa kecemburuan dan persaingan diantara mereka.

Tapi terlepas dari pernyataan diatas, seorang Psikolog Anak yang bernama Nessi Purnomo mengatakan bahwa “Anak kembar memiliki tingkat ketergantungan, sensitivisme dan persaingan yang tinggi”. Hal itu

disebabkan karena sejak lahir banyak anak kembar yang dibesarkan oleh orang tuanya dengan membuat mereka kompak dari segi pakaian, mainan hingga potongan rambut. Sehingga setelah beranjak dewasa kebanyakan dari anak kembar tersebut merasakan ketergantungan dengan saudara kembarnya sendiri. Tidak sedikit pula anak kembar ketika beranjak dewasa akan menganggap saudara kembarnya sendiri sebagai saingannya dalam segala hal , baik dalam meraih prestasi ataupun dalam menarik perhatian orang tua, keluarga maupun temannya.

Persaingan yang terjadi diantara saudara kandung sering dikenal dengan istilah *Sibling Rivalry*. Pengertian lengkap dari *Sibling Rivalry* itu sendiri ialah Kecemburuan persaingan dan pertengkaran antara saudara laki-laki maupun saudara perempuan. Hal ini biasanya terjadi pada semua orang tua yang memiliki dua anak atau lebih. Fenomena *Sibling Rivalry* dapat terjadi ketika anak mulai merasa kehilangan kasih sayang dan merasa jika saudara kandungnya lebih banyak mendapatkan kasih sayang dibandingkan dengan dirinya, sehingga anak itu akan menganggap bahwa saudara kandungnya adalah saingannya.

Sibling Rivalry biasanya muncul ketika selisih usia saudara kandung dekat. Jarak usia yang memicu munculnya *Sibling Rivalry* yaitu antara 1-3 tahun. Kemudian, pada umumnya, *sibling rivalry* lebih sering terjadi pada

anak berjenis kelamin yang sama.³ Namun, ada istilah lain dari *Sibling Rivalry* yang biasanya digunakan untuk anak kembar yaitu *Twibling Rivalry*.

Twibling Rivalry memiliki pengertian tak jauh berbeda dari *Sibling Rivalry*, hanya saja yang membedakan terletak pada pemerannya. Apabila *Sibling Rivalry* dapat dilakukan oleh sepasang saudara kandung perempuan maupun laki-laki yang memiliki jarak usia tak jauh berbeda hanya terpaut 1-3 tahun, sedangkan *Twibling Rivalry* dilakukan oleh sepasang anak kembar yang memiliki jarak usia hanya terpaut oleh beberapa jam bahkan beberapa menit.⁴

Twibling Rivalry dapat terjadi dikarenakan suatu perselisihan atau kecemburuan yang terjadi pada Anak kembar. Faktor lain yang dapat menyebabkan *Twibling Rivalry* ialah kecemburuan yang berasal dari cara orang-orang lingkungan sekitarnya dalam hal berkomunikasi dengan Anak kembar tersebut.⁵ Contohnya, ketika anak kembar berjalan berdampingan, kemudian teman dari Anak kembar tersebut hanya mengapresiasi penampilan dari salah satu saudara kembarnya. Maka salah satu dari saudara kembarnya yang lain akan merasakan kecemburuan karena tidak mendapatkan apresiasi dari temannya dan dia merasa bahwa penampilannya tidak sebaik saudara kembarnya. Misalnya, ketika anak kembar memiliki perbedaan pendapat untuk memutuskan suatu hal, diantara mereka berdua

³ <http://digilib.uinsby.ac.id/14176/5/Bab%202.pdf> 18 Maret 2018 Minggu Pukul 12.03

⁴ <http://Penelitian%20Terdahulu/naskah-publikasi-03320079.pdf> Minggu Pukul 13.00

⁵ <http://Penelitian%20Terdahulu/naskah-publikasi-03320079.pdf> 18 Maret 2018 Pukul 13.35

sulit untuk mengalah dan mereka akan tetap pada pendirian mereka masing-masing hingga akhirnya salah satu dari mereka harus ada yang mengalah dan mengikuti pendapat saudara kembarnya. Jika keduanya tetap tidak ingin mengalah, maka akan terjadi permusuhan diantara mereka untuk sementara waktu. Contoh diatas diambil dari kesimpulan hasil wawancara studi pendahuluan pada tanggal 20 Maret 2018 dengan informan peneliti yang bernama Roynaldo Ramadhani Ikhsan.

Dampak dari perselisihan anak kembar yang disebabkan oleh kesulitan atau hambatan komunikasi akan menyebabkan sebuah persaingan diantara mereka. Ahli pakar, Park dan Burgess mengatakan, “Persaingan adalah sebuah interaksi tanpa kontak sosial.” Persaingan adalah perjuangan dari dua atau lebih orang untuk tujuan yang sama dan terbatas sehingga semua tidak dapat memiliki.”(Biesanz).

Park and Burggess pun mengatakan bahwa pada umumnya persaingan memiliki dua tipe :

1. Bersifat Pribadi : Individu, perorangan, bersaing dalam mendapatkan kedudukan. Tipe ini dinamakan *Rivalry*.
2. Bersifat Tidak Peduli : Terjadi antara dua perusahaan besar yang bersaing untuk mendapatkan monopoli disuatu wilayah tertentu.

Jika dilihat dari dua tipe diatas, fenomena *Twibling Rivalry* masuk pada tipe persaingan “bersifat pribadi” dikarenakan persaingan yang terjadi pada anak kembar itu bersifat individu, perorangan dan berujung untuk

mendapatkan perhatian dari orang-orang yang berada disekitar lingkungan anak kembar tersebut.

HT Mazurndar membahas 4 fungsi persaingan, yaitu diantaranya :

- Persaingan meningkatkan efisiensi antara pesaing.
- Melindungi individu dari konflik langsung.
- Persaingan adalah simbol kemajuan sosial dan ekonomi.
- Ini menghormati aturan permainan.⁶

Adapun fungsi positif persaingan diantaranya : Meningkatkan daya kreatifitas yang dinamis, menimbulkan keinginan individu atau kelompok yang bersifat kompetitif, sebagai jalan dimana keinginan, kepentingan serta nilai-nilai yang pada suatu masa mendapat pusat perhatian, tersalurkan dengan baik oleh mereka yang bersaing, menyalurkan keinginan kompetitif, menyalurkan daya kreatifitas, memberi rangsangan untuk meraih prestasi, menempatkan individu pada kedudukan serta peranan yang sesuai dengan kemampuannya. Selain fungsi positif dari persaingan, terdapat fungsi negatif dari persaingan yaitu, menyebabkan cedera, dapat menyebabkan frustrasi, memicu terjadinya konflik.⁷

Pada penelitian ini, peneliti akan menjelaskan bagaimana persaingan meraih prestasi yang dilakukan oleh anak kembar di kota Bandung melalui *Twibling Rivalry*. Meraih prestasi merupakan keinginan setiap orang dalam hidupnya. Namun, makna dari prestasi itu sendiri banyak. Seperti diketahui bahwa kata Prestasi berasal dari bahasa Belanda yang memiliki arti hasil

⁶ <http://susi-melani.blogspot.co.id/2011/08/persaingan-dan-konflik.html> Senin 19 Maret 2018 Pukul 14.00

⁷ <https://www.kemdikbud.go.id/Prestasi> Senin 19 Maret 2018 Pukul 13.00

dari usaha. Maka, prestasi diperoleh dari usaha yang telah dikerjakan. Prestasi dapat dicapai dengan mengandalkan kemampuan intelektual, emosional, spiritual serta ketahanan diri dalam menghadapi situasi segala aspek kehidupan.

Galih Ariwaseso mengatakan bahwa terdapat macam-macam Prestasi yang dapat dicapai oleh setiap orang, diantaranya :

1. Prestasi Belajar, hasil yang diperoleh atas usaha belajar. Misalnya prestasi siswa di sekolah, menjadi juara umum setiap tahunnya.
2. Prestasi Kerja merupakan hasil yang didapatkan dari usaha kerja yang telah dilakukan. Misalnya naiknya jabatan atas kerja keras selama ini.
3. Prestasi Seni, merupakan hasil yang diperoleh dari usaha seni. Misalnya prestasi seorang penyanyi ataupun seniman lainnya yang berupa penghargaan.
4. Prestasi Olahraga, merupakan hasil yang diperoleh atas usaha dan kerja keras di bidang olahraga. Misalnya, seorang olahragawan mendapat medali emas atas juara pertama yang dicapai saat mengikuti Pekan Olah Raga Nasional (PON).
5. Prestasi Lingkungan Hidup, merupakan prestasi yang diperoleh atas usaha penyelamatan lingkungan hidup. Misalnya individu maupun kelompok mendapatkan penghargaan atas usaha penyelamatan lingkungan hidup berupa menanam pohon kembali atau reboisasi di hutan. (Ariwaseso,2011:5)

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan Nuraini Suryani, selaku Anak Kembar pada tanggal 17 Maret 2018 terkait tentang alasan *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi, dia mengatakan bahwa :

“Saya sering melakukan persaingan dengan saudara kembar, khususnya dalam hal persaingan prestasi.karena saya orangnya selalu memperhatikan nilai dan prestasi, jadi saya sering merasa kesal jika nilai ujian atau ranking saya berada dibawah dia. Jadi, kami diam-diam melakukan persaingan dengan cara belajar dengan metode masing-masing. Dan biasanya menjelang ujian, saya akan pelit untuk berbagi catatan buku dengan dia, begitupun dia, biasanya dia pelit juga untuk berbagi buku catatan.” (Nuraini Suryani, wawancara, Bandung, 17/03/2017)

menurut psikolog Elizabeth Santosa, M.Psi, “Anak kembar punya *emotional bond* yang kuat, apalagi yang identic. Tapi, bila ditanya apakah ada kemungkinan timbul *rivalry*, pada masa tumbuh kembang. Itu bisa saja terjadi.” Dari kutipan diatas dapat disimpulkan, jika diantara anak kembar kemungkinan besar terjadi *twibling rivalry*.

Kemudian, berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 20 Maret 2018 dengan informan selanjutnya yang bernama Reynaldi Ramadhana Iman, selaku Anak kembar, terkait tentang alasan *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi, dia mengatakan bahwa :

“Saya dan saudara kembar beberapa melakukan perselisihan terkait mainan, karena biasanya dia memiliki mainan yang tidak saya punya, dia mendapat mainan tersebut biasanya dari hasil menabung. Terkadang saya menghampiri dia untuk meminjam mainan tersebut, tetapi saudara kembar tidak mengizinkan dengan alasan takut rusak. Sama halnya dengan saudara kembar, saya juga suka menabung, tapi terkadang suka kesal jika dia lebih dulu berhasil membeli sebuah mainan yang saya inginkan.”⁸

Dari hasil kutipan wawancara diatas, peneliti simpulkan bahwa prestasi tidak hanya selalu berkaitan mengenai mendapatkan piala, mendapat nilai dan mendapatkan pujian. Namun, prestasi bisa berupa pencapaian yang didapat setelah melakukan usaha untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Dapat dilihat dari jawaban hasil wawancara, salah satu informan anak kembar yang mengatakan bahwa mereka sering bertengkar karena mainan yang tidak dimiliki oleh satu sama lain dan salah

⁸ Wawancara dengan Reynaldi Ramadhan Iman, Bandung 20/03/2018, pukul 15.00

satu dari mereka akan kesal jika ada yang lebih dulu berhasil memiliki mainan tersebut.

Bertolak dari latar belakang yang peneliti paparkan diatas, maka peneliti memiliki harapan melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi *Twibling Rivalry* Anak Kembar Di Kota Bandung Dalam Persaingan Meraih Prestasi didasarkan pada asumsi peneliti dan hasil wawancara. Penelitian ini semakin menarik karena yang melatar belakangi timbulnya *twibling rivalry* anak kembar beragam.

Dalam hal ini, peneliti akan berusaha mencari tahu mengenai strategi komunikasi *twibling rivalry* anak kembar pada persaingan meraih prestasi tersebut. Maka disini peneliti tertarik untuk meneliti judul atau melakukan penelitian tentang :”Strategi Komunikasi *Twibling Rivalry* Anak Kembar Di Kota Bandung Dalam Persaingan Meraih Prestasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas peneliti membagi rumusan masalah dalam dua bagian yang terdiri dari pernyataan makro dan pernyataan mikro.

1.2.1 Pertanyaan Makro

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas peneliti merumuskan rumusan masalah makro “Bagaimana Strategi

Komunikasi *Twibling Rivalry* Anak Kembar di Kota Bandung dalam Persaingan Meraih Prestasi”.

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Bertolak dari rumusan masalah pada pertanyaan diatas peneliti menyajikan pertanyaan mikro yang sesuai dengan fokus penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana Perencanaan yang dilakukan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi?
2. Bagaimana Tujuan yang diinginkan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi?
3. Bagaimana Manajemen yang dilakukan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi?
4. Bagaimana Pesan yang disampaikan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi?
5. Bagaimana Media yang digunakan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam persaingan meraih prestasi?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah yang perlu diketahui. Berikut ini adalah maksud dan tujuan pada penelitian ini :

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud penelitian adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang “Strategi Komunikasi *Twibling Rivalry* anak kembar dalam persaingan meraih prestasi di Kota Bandung”

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Perencanaan yang dilakukan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam Persaingan Meraih Prestasi.
2. Untuk mengetahui Tujuan yang diinginkan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam Persaingan Meraih Prestasi.
3. Untuk mengetahui Manajemen yang dilakukan oleh Anak Kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam Persaingan Meraih Prestasi.

4. Untuk mengetahui Pesan yang disampaikan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam Persaingan Meraih Prestasi.
5. Untuk mengetahui Media yang digunakan oleh Anak kembar di Kota Bandung melalui *Twibling Rivalry* dalam Persaingan Meraih Prestasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian secara teoritis ini dapat berguna dan membantu dalam pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khususnya kajian tentang strategi komunikasi dan konteks komunikasi interpersonal.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian inii dilaksanakan agar dapat berguna dan memberikan manfaat kegunaan untuk segala pihak, seluas-luasnya manfaat. Demikian kegunaan praktis dapat berguna yang peneliti tuliskan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini untuk peneliti adalah memberikan ilmu dan menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang Ilmu komunikasi pada umumnya dan pengetahuan mengenai *twibling rivalry* yang dilakukan oleh Anak kembar dalam meraih prestasi menggunakan strategi komunikasi.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program studi ilmu komunikasi khususnya sebagai informasi dan dapat dijadikan sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini berguna bagi masyarakat sebagai informasi mengenai Strategi Komunikasi *Twibling Rivalry* Anak Kembar di Kota Bandung dalam Persaingan meraih Prestasi .

4. Bagi Anak Kembar

Penelitian ini berguna untuk Anak kembar sebagai informasi mengenai Strategi Komunikasi *Twibling Rivalry* Anak Kembar di Kota Bandung dalam Persaingan meraih Prestasi . Sehingga Anak kembar dapat mengetahui hasil dan mengambil nilai positif dari penelitian ini.