



mempunyai program-program untuk memajukan organisasi atau institusi itu sendiri demi kepentingan masyarakat umum. Komunikasi juga telah menjadi bagian strategis yang perlu dicantumkan dalam setiap perencanaan program pemerintah yang bersifat partisipatif. Ketidakpercayaan, penolakan, dan kebuntuan relasi antara pemerintah dengan masyarakat dalam memperbincangkan program peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat difasilitasi dengan keberadaan komunikasi sebagai aktivitas yang menjembatani interaksi di antara keduanya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa tujuan dari aktivitas komunikasi ini adalah menciptakan pemahaman. Setiap anggota organisasi berkewajiban membuat khalayak organisasinya memahami kehadiran organisasi secara keseluruhan dan diharapkan pada akhirnya akan dicapai suatu pengetahuan yang menumbuhkan pemahaman timbal balik yang bersangkutan dengan segenap khalayak.

Strategi komunikasi pada dasarnya bisa diaplikasikan untuk banyak hal, bukan hanya untuk komunikasi itu sendiri, tapi juga bisa digunakan oleh lembaga-lembaga yang berusaha mendapatkan dukungan dari masyarakat. Salah satunya adalah penyebarluasan gagasan pembangunan dan penyuluhan untuk penyadaran masyarakat.

Strategi komunikasi merupakan suatu rancangan akan tujuan komunikasi yang dirumuskan untuk memberikan pengetahuan dan

pemahaman kepada khalayak sehingga khalayak dapat terpengaruh dan mengubah tingkah lakunya. Sementara sosialisasi bisa diartikan sebagai proses penyebarluasan informasi (program, kebijakan, peraturan) dari satu pihak yang melakukan sosialisasi (pemilik program, kebijakan, peraturan) kepada pihak yang disosialisasikan (aparatus, masyarakat yang terkena program, dan masyarakat umum). Dalam proses sosialisasi, kegiatan-kegiatan yang di cakup adalah belajar, penyesuaian diri dengan lingkungan, dan pengalaman mental.

Berdasarkan penelitian selama kurang lebih tiga bulan, penulis berhasil mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara mendalam mengenai strategi komunikasi antar perguruan pencak silat dalam membangun persahabatan. Dari data tersebut, penulis akhirnya mendeskripsikannya didalam hasil penelitian dan selanjutnya akan di bahas di bawah ini.

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya (BAB II) bahwa strategi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Sementara strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi tersebut merupakan kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh







mendapat sabuk hijau. Pada waktu disahkan dipadepokan pada awal bulan suro, siswa harus membawa ayam jago yang sempurna tanpa ada cacat sedikitpun. Ayam jago yang dibawa menggambarkan diri pribadi, maka dari itu ayam yang dibawa adalah ayam yang sempurna tanpa cacat.

Selain membawa ayam jago, siswa juga diwajibkan membawa pisang raja yang jumlah buah pertangkainya sama, yaitu 11, 12 atau 13 tidak boleh ada bedanya. Pisang raja melambangkan kejayaan dan menggambarkan bahwa siswa sudah menjadi raja/warga yang sah di perguruan pencak silat tersebut.

Persyaratan yang sudah ditentukan tidak boleh dilanggar, karena itu sudah menjadi tradisi turun temurun sejak dahulu. Setelah siswa membawa persyaratan tersebut, lalu siswa di kecer di padepokan perguruan pencak silat bersama dengan para siswa lain dari seluruh Indonesia dijadikan satu. Setelah itu siswa baru disahkan oleh ketua perguruan pencak silat dan resmi menjadi warga. Setelah itu warga diharuskan menjadi pelatih dan membimbing siswa yang akan menjadi anggota baru lagi.

Proses komunikasi tidak bisa dilepaskan dari tiga hal, yakni pujian, kritik, dan perintah. Ketiga hal ini memerlukan teknik dan strategi berkomunikasi sehingga khalayak bisa menerima dengan

senang hati. Perguruan pencak silat yang bersifat mendidik akan menimbulkan kontroversi di masyarakat jika apa yang diinformasikan tidak terencana dengan baik, terkhusus dari segi komunikasinya. Karena komunikasi adalah hal vital bagi manusia yang sangat identik dengan interaksi sosial antar manusia lainnya. Tak ada satu pun hal yang lepas dari komunikasi baik itu komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal.

Suatu strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga diperlukan ketelitian dalam memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Penilaian mengenai kondisi dan situasi khalayak berada sepenuhnya pada komunikator sebagai aktor utama dalam proses komunikasi. Oleh karena itu, dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting.

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh komunikator. Para ahli komunikasi cenderung berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan yang disebut A-A Procedure atau *from Attention to Action Procedure*. Artinya membangkitkan perhatian untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan suatu kegiatan sesuai tujuan yang dirumuskan.





Pesan selalu menyesuaikan dengan khalayak. Baik itu dari segi materinya, dan media yang digunakan termasuk bahasa. Seperti yang dilakukan perguruan pencak silat ketika menyampaikan pesan melalui media massa maka materi pesannya dibuat lebih persuasif. Sementara materi pesan yang disampaikan melalui komunikasi langsung, baik itu melalui diskusi ataupun pembinaan disusun lebih lengkap, ada persuasifnya, ada informatif, dan ada juga edukatifnya. Pesannya juga lebih detail. Mulai dari landasan hukum, visi-misi, syarat-syarat mendaftar, iuran, sanksi keterlambatan membayar dan lain sebagainya. Suatu pesan dapat menarik perhatian jika pesan yang disampaikan itu menyangkut kebutuhan dan kepentingan khalayak pendengar.

Penyusunan pesan juga mengikuti pengkategorian siswa. Materi pesan bagi siswa tingkat bawah yakni siswa tahap polos sampai sabuk pink menggunakan bahasa yang lebih sederhana, agak kedaerahan dan lebih informal agar mereka paham apa yang dikomunikasikan. Sementara materi pesan yang disampaikan kepada pelatih tingkat rayon, ranting dan warga yang sudah senior menggunakan bahasa yang lebih formal.

Pesan sangat bergantung pada kegiatan yang ingin disampaikan. Jika kegiatan itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar banyak orang yang menarik untuk ikut kegiatan kemasyarakatan dan kegiatan sosial pesannya bersifat persuasif dan

provokatif, sedangkan jika untuk membina dan mendidik para siswa dan berdialog didepan warga maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika kegiatan yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh anggota dan masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program apakah itu komersial, politik, penyuluhan, dan informasi publik, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi.

Masalah dalam penyusunan pesan biasa muncul. Untuk kegiatan yang dihadiri banyak orang seperti sarah sechan dalam paguyuban pencak silat memerlukan penjelasan yang lebih lengkap, mudah dimengerti, dan menjanjikan prospek apa yang akan diperoleh oleh dalam kegiatan yang akan berlangsung maupun yang sudah berlangsung jika mengikuti kegiatan tersebut. Jika pesannya tidak lengkap atau sulit dimengerti maka hal itulah yang nantinya akan menyebabkan masyarakat berpikiran negatif, anti, dan akhirnya menolak kegiatan selanjutnya.

a. Menetapkan Metode

Metode penyampaian pesan menjadi aspek yang tak kalah pentingnya dalam strategi komunikasi. Bagaimanapun menariknya materi sebuah pesan namun jika metode penyampaian pesannya



Membangun persahabatan didalam penelitian ini diartikan sebagai proses komunikasi antar perguruan pencak silat dalam mempererat hubungan internal maupun eksternal agar tidak terjadi perselisihan dan adanya masalah kesalah pahaman antar kedua perguruan pencak silat yaitu SH terate dan SH winongo. Demangan demikian, agar semua anggota perguruan pencak silat dapat memperoleh pesan yang disampaikan pimpinan baik pimpinan pusat maupun pimpinan daerah dapat diterima dengan baik dan diterapkan oleh semua anggota guna terciptanya keharmonisan dan persaudaraan yang erat diantara keduanya. Pemanfaatan media komunikasi yang tepat akan berpengaruh besar pada tingkat pemahaman semua anggota akan adanya strategi yang diberikan untuk membangun persahabatan diantara kedua perguruan pencak silat.

Untuk mencapai target, maka perguruan pencak silat di kabupaten madiun memilih beberapa media komunikasi. Pemilihan media disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai. Setiap media komunikasi pasti memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dan kekurangan itulah yang menjadi alasan sehingga dipilihlah berbagai jenis media. Media tersebut adalah :

- a. Media Antarpribadi. Media antarpribadi yang digunakan adalah media surat dan telepon. Dalam hal ini, surat yang dimaksud adalah surat pengantar kunjungan atau undangan

dalam menghadiri pertemuan atau kegiatan antar perguruan pencak silat yang diadakan rutin setiap minggu, bulan maupun setiap tahun

- b. Media kelompok. Dalam kegiatan yang diadakan peguyuban pencak silat madiun yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang digunakan adalah media kelompok sarah sechan. Tujuannya adalah membicarakan mengenai kegiatan dengan menampilkan pembicara yaitu ketua umum peguyuban pencak silat madiun, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan adapula yang mengusulkan apa yang diinginkan untuk perkembangan dan kemajuan pencak silat yang ada di kota maupun kabupaten madiun.
- c. Media Telekomunikasi. Media ini digunakan oleh perguruan pencak silat karena dirasa efektif untuk menyambungkan silaturahmi dan berkomunikasi dengan antar anggota yang tidak dapat bertemu. Biasanya media ini digunakan oleh orang yang sedang merantau atau yang hanya sekedar ingin bertegur sapa dengan anggota yang berasal dari luar daerah.

Seperti yang dituliskan Susantobahwa dalam usaha untuk melakukan kegiatan membangun persahabatan, terdapat beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu *In House Campaign* dan *Outside Campaign*. Begitu pun dengan kegiatan yang dilakukan perguruan

pencak silat di kabupaten madiun, ada yang *In House Campaign* dan ada *Outside Campaign*. Proses sosialisasi *In House Campaign* diarahkan pada seluruh anggota perguruan, menyangkut semua tingkatan yang ada dalam aktivitas kerja sehari-hari.

Kunci *in house campaign* perusahaan seperti: a) *Top manager*, dalam hal ini Kepala Cabang dan ketua umum perguruan pencak silat, b) *Core People*, yakni anggota organisasi yang dipilih karena memiliki antusiasme yang tinggi terhadap penerapan dari budaya perguruan pencak silat yang telah ditetapkan. Sementara sosialisasi *Outside Campaign* diarahkan pada lingkungan ekstern organisasi.

Kegiatan yang dilakukan oleh perguruan pencak silat dibagi menjadi 2, yaitu kegiatan langsung maupun tidak langsung :

a. Kegiatan Lngsung / Tatap Muka

Kegiatan ini terlihat dalam pelaksanaan sarah sechan, acara suran, pertemuan antar perguruan dan kegiatan lain yang dilakukan oleh perguruan pencak silat.

Untuk kegiatan secara langsung dimaksudkan untuk menyampaikan informasi yang lebih lengkap lagi dibandingkan komunikasi melalui media massa. Transaksi komunikasinya terjadi secara langsung sehingga efeknya pun bisa diketahui secara langsung juga. Dengan respon yang bersifat langsung itulah maka komunikator dapat mengetahui





## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat Yang Dihadapi Anggota Perguruan Pencak Silat Dalam Membangun Persahabatan Di Kabupaten Madiun.**

### **a. Faktor Pendukung**

Setiap kegiatan tentu memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya, baik yang berasal dari dalam organisasi (internal) maupun yang berasal dari organisasi lain (eksternal). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam kepada informan yang memenuhi kriteria maka ditemukanlah faktor-faktor yang mendukung kegiatan dalam membangun persahabatan antar perguruan pencak silat di kabupaten madiun. Faktor pendukung tersebut adalah :

1. Dukungan pemerintah melalui IPSI. IPSI merupakan suatu wadah yang sangat berperan penting di dalam duni pencak silat. Karena IPSI adalah organisasi resmi yang menyalurkan bakat pemuda indonesia dalam bidang pencak silat. Di IPSI lah para pemeran seni pencak silat dibekali ilmu dan wawasan tentang pencak silat lebih dalam lagi. IPSI yang mempunyai kewenangan atas semua perguruan pencak silat di Indonesia, dan menyelenggarakan perlombaan maupun festival pencak silat resmi.



Ada faktor pendukung tentu ada juga faktor penghambat. Faktor penghambat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kesadaran dari diri pribadi tentang pentingnya membangun persahabatan . masih minimnya kesadaran dari anggota baru tentang makna dan arti sesungguhnya dari SH yang membuat kerap kali terjadi hal yang tidak diinginkan terjadi. Jiwa muda yang masih rentan dengan pengaruh buruk yang tidak bisa di kontrol yang membuat cerai berai persaudaraan.
2. Jarak dan waktu. Adanya anggota pencak silat madiun yang merantau membuat jarak dan waktu untuk bertemu menjadi minim. Walau begitu media bisa menyambungkan komunikasi meskipun tidak begitu efektif.
3. Banyak oknum tidak bertanggung jawab menyebar isu hoax. Kurangnya kejujuran dalam diri seseorang atau mungkin adanya dendam pribadi yang membawa seseorang melakukan pemalsuan berita dan adu domba antar perguruan pencak silat.

Adanya penghambat yang ditemukan tidak bisa dihindari karena pada dasarnya anggota hanya memilih





dikenal komunikasi langsung (face to face) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau maka digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya internal publik maka biasanya digunakan pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.

Pada proses seleksi penggunaan media, perguruan pencak silat menggunakan media tatap muka seperti pertemuan rutin, kegiatan seperti bakti sosial, donor darah maupun festival yang diselenggarakan oleh IPSI. Untuk komunikasi jarak jauh, perguruan pencak silat menggunakan media sosial. Media tersebut dirasa efektif untuk mempererat silaturahmi antar anggota perguruan pencak silat yang berada di luar kota maupun di luar pulau.

Untuk mencapai efektivitas komunikasi maka tidak hanya bergantung pada kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak namun juga dipengaruhi oleh metode-metode dalam menyampaikan pesan kepada

Efek adalah salah satu unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi. Efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikan) terhadap pesan yang dilontarkan oleh komunikator, melainkan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, di mana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan sementara efeknya tidak.

Bentuk konkrit efek dalam komunikasi adalah terjadi perubahan pendapat atau sikap atau perilaku khalayak sebagai manifestasi dari rangsangan yang menyentuhnya langsung maupun lewat media massa. Efek suatu komunikasi pada umumnya dapat diklasifikasikan menjadi dua, yakni diterima atau ditolak.

Respon anggota, menolak atau menerima suatu ide tercipta karena perbedaan tingkat penerimaan oleh anggota perguruan pencak silat di kabupaten madiun. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya 'Perencanaan dan Strategi Komunikasi' ada lima hal yang bisa memengaruhi tingkat penerimaan adopter terhadap suatu gagasan, yakni:

1. sikap adopter terhadap ide-ide baru;.
2. produk yang dipasarkan itu cocok dengan budaya yang ada;.
3. produk bisa didemonstrasikan sehingga bisa disaksikan oleh target sasaran.
4. biaya yang dikeluarkan untuk produk itu.
5. agen pembaharu atau penyuluh kampanye itu sendiri, termasuk dukungan politik.

Penelitian ini menggunakan teori disonansi kognitif. Teori disonansi kognitif biasa disebut juga sebagai teori perubahan sikap. Teori ini menyatakan bahwa seseorang akan mengalami ketidaknyamanan di dalam dirinya bila ia dihadapkan pada informasi baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinannya, Teori ini merangkum empat asumsi yaitu:

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.
2. Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan – tindakan dengan dampak yang dapat diukur.
3. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

Ada beberapa faktor yang dapat dirasakan oleh seseorang berdasarkan teori disonansi. Pertama, tingkat kepentingan yaitu seberapa signifikan suatu masalah berpengaruh terhadap tingkat disonansi yang dirasakan. Kedua, rasio disonansi yaitu faktor dalam menentukan tingkat disonansi, merupakan jumlah kognisi konsonan berbanding dengan yang disonan. Ketiga rasionalitas yang digunakan individu untuk menjustifikasi inkonsistensi. Rasionalitas merujuk kepada alasan yang dikemukakan untuk menjelaskan mengapa sebuah inkonsistensi muncul. Komunikasi persuasif akan sangat efektif, apabila mengurangi disonansi, dan tidak efektif jika meningkatkan disonansi. Maksudnya disini teori Disonansi kognitif berkaitan dengan pemilihan terpaan, pemilihan interpretasi, pemilihan perhatian, dan retensi selektif.

Perbedaan tingkat pemahaman masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perguruan pencak silat yang dijalankan rutin juga disebabkan karena setiap orang selalu berupaya secara sadar atau tidak sadar untuk tidak melakukan hal-hal yang dilarang oleh perguruan



pencak silat. Proses menyampaikan pesan akan membantu seseorang untuk memilih informasi apa yang dikonsumsi, diingat, dan diinterpretasikan menurut apa yang dianggapnya penting. Ketiga proses selektif itu adalah :

1. Penerimaan informasi selektif, merupakan proses di mana orang hanya akan menerima informasi yang sesuai dengan sikap yang sudah dimiliki sebelumnya.
2. Ingatan selektif, mengasumsikan bahwa orang tidak akan mudah lupa atau sangat mengingat pesan-pesan yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya.
3. Perspektif selektif. Orang akan memberikan interpretasinya terhadap pesan yang diterimanya sesuai dengan sikap dan kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya.

Berdasarkan hal di atas bisa dipahami bahwa gagalnya proses komunikasi yang biasa terjadi bukan hanya disebabkan oleh komunikator saja namun juga komunikan. Kegagalan itu dikarenakan proses selektif yang dilakukan oleh komunikan menyebabkan sebagian pesan tidak sampai sesuai dengan maksud sebenarnya. Suatu pesan yang dilontarkan kepada khalayak dengan menyentuh panca indera dan pikiran hanya akan diterima bilamana idea itu sesuai dengan sikap kejiwaan dan kepribadiannya, dan dalam kondisi fisik yang normal.