BAB II

STUDI TEORITIS TENTANG POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS KETIMBANG NGEMIS SIDOARJO

A. Kajian Pustaka

1. Pola Komunikasi dalam Dinamika Kelompok

Komunikasi merupakan hal yang penting bagi kegiatan kelompok, salah satu karakteristik dari hampir semua kelompok adalah bahwa beberapa orang berbicara telalu banyak dan yang lain terlalu sedikit, situasi sekeliling nampaknya tidak banyak mempengaruhi pola seperti ini, tidak jadi masalah apakah kelompok tersebut terstruktur atau tidak, apakah masalah yang didiskusikan bersifat umum atau khusus, apakah anggota kelompok itu teman atau orang-orang yang belum dikenal. Aspek yang paling menarik dari gejala ini adalah bahwa hal itu berlangsung tanpa perduli seberapa besar ukuran kelompok, tampa memperhatikan jumlah anggota, komunikasi akan mengikuti pola yang sangat teratur yang dapat disajikan dengan sebuah fungsi logaritma.[1]

Guna membedakan pola komunikasi yang berkembang di Indonesia dan lebih ditinjau dari aspek sosialnya, antara lain komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa.

[1]David O. Sears, DKK, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 1991), hlm. 109-110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Komunikasi dengan diri sendiri

Menurut Hafied Changara, terjadi proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang menginterpretasikan sebuah objek yang dipikirkannya.

b. Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi, yakni suatu proses komunikasi secara tatap muka yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Menurut sifatnya, komunikasi antarpersonal dibedakan menjadi dua, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlansung antara dua orang dalam situasi tatap muka yang dilakukan melalui tiga bentuk percakapan, wawancara dan dialog.

c. Komunikasi kelompok

Sesuatu yang dikatakan komunikasi kelompok karena *pertama* proses komunikasi dimana hal mana pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang pembicara pada khalayak dalam jumlah yang lebih besar pada tatap muka. *Kedua,* komunikasi berlangsung kontinyu dan bisa dibedakan mana sumber dan mana penerima. *Ketiga,* pesan yang disampaikan terencana (dipersiapkan) dan bukan spontanitas untuk segmen khalayak tertentu. Dengan kata lain komunikasi sosial antara tempat, situasi, dan sasaran jelas.

d. Komunikasi massa

Secara ringkas komunikasi massa bisa diartikan sebagai komunikasi dengan menggunakan media massa modern. Oleh karena itu,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media tradisional tidak dimaksudkan dalam istilah ini. Media massa yang dimaksudkan antara lain televisi, surat kabar, dan radio.

Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik beratkan perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil. Komunikasi kelompok maupun diskusi kelompok memusatkan perhatiannya pada tingkah laku para anggota kelompok dalam berdiskusi.[2]

Kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu, yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar keasatuan presepsi. Sedangkan dinamika berarti adanya interaksi dan interdependensi antara anggota kelompok yang satu dengan anggota yang lain secara timbal balik dan antara anggota dengan kelompok secara keseluruhan. Jadi, dinamika kelompok berarti suatu kelompok yang teratur dari dua individu atau lebih yang mempunyai hubungan psikologis secara jelas antara anggota satu dengan anggota yang lain. Dengan kata lain antar anggota kelompok mempunyai hubungan psikologis yang berlangsung dalam situasi yang dialami secara bersama-sama.[3]

Komunikasi kelompok terjadi dalam suasana yang lebih berstruktur dimana para pesertanya lebih cenderung melihat dirinya sebagai kelompok

---

[2] Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok*, (Jakarta: UI-press, 1985), hlm. 6-7

[3] Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), hlm. 8-9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta mempunyai kesadaran tinggi tentang sasaran bersama. Namun berbeda dengan komunikasi organisasi, komunikasi kelompok bersifat langsung dan tatap muka, komunikasi kelompok agak kurang dipengaruhi emosi dan lebih cenderung melibatkan pengaruh antar pribadi sebagai kabalikan dari pemuasan sasaran sasaran organisasi yang rasional. Komunikasi kelompok kecil biasanya lebih spontan, kurang berstruktur, serta kurang berorientasi pada tujuan.[4]

Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi dinamika kelompok saat mereka berkembang, diantaranya adalah jumlah struktur dalam kelompok; waktu yang tersedia bagi kelompok untuk menyelesaikan tugas; besaran kelompok; sikap dan perasaan anggota kelompok terhadap tugas, topik, sesama anggota dan hakikat tugas.[5]

Ruth Benedict menjelaskan bahwa persoalan yang ada dalam dinamika kelompok dapat diuraikan sebagai berikut :[6]

a. Kohesi atau persatuan

Dalam persoalan kohesi ini akan dilihat tingkah laku anggota dalam kelompok, seperti : pengelompokan, intensitas anggota, arah pilihan, nilai kelompok dan sebagainya.

[4]Op.Cit., Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, hlm. 8-11
[5] Brent D. Ruben DKK, *Komunikasi dan Prilaku Manusia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 303
[6]Op.Cit.., Slamet Santosa, hlm. 9-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Motif atau dorongan

Persoalan motive ini berkisar pada interes anggota terhadap kehidupan kelompok, seperti : kesatuan kelompok, tujuan bersama, orientasi diri terhadap kelompok dan sebaginya.

c. Struktur

Persoalan ini terlihat pada bentuk pengelompokan, bentuk hubungan, perbedaan kedudukan antar anggota, pembagian tugas dan sebagainya.

d. Pimpinan

Persoalan pimpinan tidak kalah pentingnya pada kehidupan kelompok dimana hal ini terlihat pada : bentuk-bentuk kepemimpinan, tugas pimpinan, sistem kepemimpinan, dan sebagainya.

e. Perkembangan kelompok

Persoalan perkembangan kelompok dapat pula menentukan kehidupan kelompok selanjutnya, dan ini terlihat pada perubahan dalam kelompok, senangnya anggota tetap berada dalam kelompok, perpecahan kelompok dan sebagainya.

2. Pola Komunikasi Menurut Para Ahli

Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Komunikasi juga dapat diartikan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami; hubungan; kontak. Dengan demikian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pola komunikasi adalah pola hubungan anatara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami.[7]

Pola komunikasi merupakan sebuah model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya beraneka ragam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan, dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.[8]

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan lebih tepat agar mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh *feedback* dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

---

[7] Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*, (Jakarta: RINEKACIPTA, 2004), hlm. 1
[8] Onong U Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2008), hlm. 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di sini akan diuraikan proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu:

a. Pola Komunikasi Primer

Merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal. Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yaitu paling banyak dan paling sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator.[9]

Lambang non verbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi yang bukan bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir dan tangan. Selain itu gambar juga merupakan sebagai lambang komunikasi non verbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.

b. Pola Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan

[9]Ibid., hlm. 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga mempengaruhi Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.

c. Pola Komunikasi Linear

Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.[10]

d. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses

[10] Dasrun Hidayat, *Komunikasi Abtarpribadi dan Medianya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 43

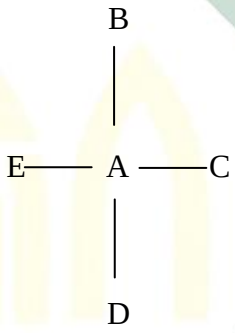
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Menurut Widjaja, pola komunikasi dibagi menjadi 4 (empat) model[11], yaitu :

a. Pola Komunikasi Roda

Pola komunikasi roda menjelaskan pola komunikasi satu orang kepada orang banyak, yaitu (A) berkomunikasi kepada (B), (C), (D), dan (E).



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Roda

Contoh Ilustrasi :

Seseorang, biasanya pemimpin menjadi fokus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompok hanya bisa berhubungan dengan pemimpinnya.

b. Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi ini, seseorang (A) berkomunikasi dengan orang lain (B) seterusnya ke (C), (D) dan (E).

[11] H. A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 102-103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$A \longrightarrow B \longrightarrow C \longrightarrow D \longrightarrow E$$

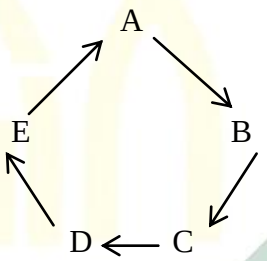
Gambar 2.2 Pola Komunikasi Rantai

Contoh Ilustrasi :

A dapat berkomunikasi dengan B, B dapat berkomunikasi dengan C, C dapat berkomunikasi dengan D dan begitu seterusnya.

c. Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi ini hampir sama dengan pola komunikasi rantai, namun terakhir (E) berkomunikasi kembali pada orang pertama (A).



Gambar 2.3 Pola Komunikasi Lingkaran

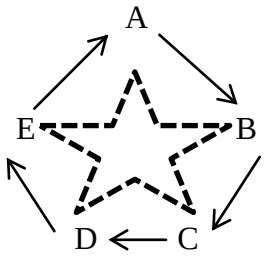
Contoh Ilustrasi :

Setiap orang hanya bisa berkomunikasi dengan dua orang, disamping kiri dan kanannya. Dengan perkataan lain, dalam model ini tidak ada pemimpin.

d. Pola Komunikasi Bintang

Pada pola komunikasi bintang ini, semua anggota saling berkomunikasi satu sama lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2.4 Pola Komunikasi Bintang

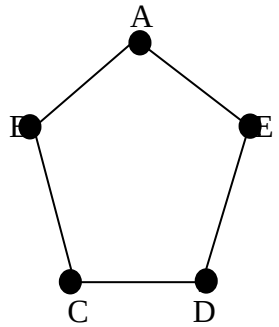
Contoh Ilustrasi :

Disebut juga jaringan komunikasi semua saluran/*all channel*, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain.

Pola Komunikasi yang dimaksud disini adalah gambaran tentang bentuk atau cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang dalam menyampaikan pesan baik secara langsung maupun melalui media dalam konteks hubungan dan interaksi yang berlangsung di masyarakat.

Menurut T. Hani Handoko, dalam bukunya manajemen mengemukakan bahwa ada 4 (empat) pola komunikasi (atau yang disebut dengan jaringan komunikasi), yakni :

a. Pola Lingkaran

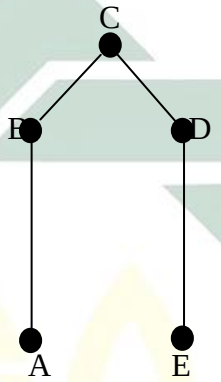


Gambar 2.5 Pola Lingkaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimana B hanya dapat berkomunikasi dengan A dan C, untuk berkomunikasi dengan E maka B harus melalui A atau melaui C dan seterusnya. Pola lingkaran adalah bentuk yang tidak terpusat atau desentralistik.

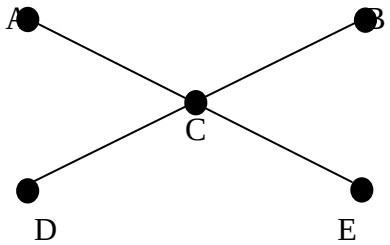
b. Pola Rantai



Gambar 2.6 Pola Rantai

Pada pola ini menunjukkan dua bawahan A dan E yang melapor kepada atasan mereka B dan D, yang selanjutnya oleh B dan D dilaporkan ke C. Garis koordinasi secara structural yang melibatkan komunikasi antara bawahan dengan atasan.

c. Pola Bintang



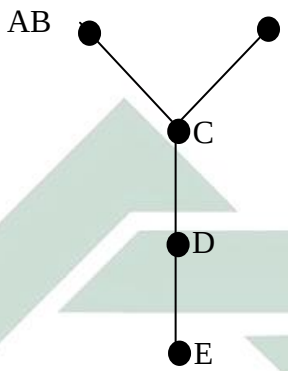
Gambar 2.7 Pola Bintang

Dimana C dapat berkomunikasi langsung dengan A, B, D dan E. Garis koordinasi ini melibatkan semua komponen yang dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkomunikasi, dimana C sebagai centralnya komunikasi dengan yang lainnya, begitu juga sebaliknya.

d. Pola Y



Gambar 2.8 Pola Y

Dimana E berkomunikasi dengan D, Kemudian dari D ke C dan disampaikan kepada A dan B. Garis koordinasi yang terpusat pada satu titik C, Kemudian dari C langsung sampai ke A dan B.

3. Simbol Sebagai Alat Bantu Komunikasi

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami. Manusia dalam keberadaannya memang memiliki keistimewaan dibanding dengan makhluk lainnya. Selain kemampuan daya pikirannya (*super rational*), manusia juga memiliki keterampilan berkomunikasi yang lebih indah dan lebih canggih (*super sophisticated system of communication*), sehingga dalam berkomunikasi mereka bisa mengatasi rintangan jarak dan waktu. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan memberi arti pada gejala-gejala alam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ada di sekitarnya, sementara hewan hanya dapat mengandalkan bunyi atau bau secara terbatas.[12]

Lambang komunikasi diartikan sebagai kode atau simbol, atau tanda yang digunakan komunikator untuk mengubah pesan yang abstrak menjadi konkret. Komunikasi anda tidak akan tahu apa yang anda pikir dan rasakan sampai anda mewujudkan pesan kedalam salah satu bentuk lambang komunikasi : mimic, gerak-gerik, suara, bahasa, lisan, atau bahasa tulisan. Lambang komunkasi disbut juga sebagai simbol atau kode, tanda atau lambang saja. Sedemikian banyak simbol yang diciptakan dan digunakan manusia menyampaikan pesan, membuat manusia disebut *animal symbolicum*, hewan yang menggunakan simbol-simbol. Manusia membuat simbol dan memberi makna atas simbol untuk merujuk obyek atau gagasan tertentu.[13]

Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya. Menurut David K. Berlo simbol adalah lambang yang memiliki suatu objek, sementara kode adalah seperangkat simbol yang telah disusun secara

[12] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 111
[13] Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bogor selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 61

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sistematis dan teratur sehingga memiliki arti. Sebuah simbol yang tidak memiliki arti bukanlah kode.[14]

Istilah simbol, kode, tanda, dan lambang terkadang dipertukarkan, tergantung konteksnya. Namun, keseluruhan istilah itu disatukan dalam satu konsep "lambang komunikasi": yaitu simbol, tanda atau kode yang digunakan komunikator unruk mengubah pesan yang abstrak menjadi konkrit. Sebagai bentuk konkrit pesan, lambang komunikasi dapat dibedakan atas yang umum dan yang khusus. Lambang komunikasi umum digunakan dengan tujuan umum dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Mimik, gerak-gerik, suara, bahasa lisan, dan bahasa tulisan adalah contohnya. Sedangkan lambang komunikasi khusus hanya digunakan untuk tujuan-tujuan khusus, tertentu pada salah satu bidang kehidupan saja, sederhananya diluar mimic, gerak-gerik, suara, bahasa lisan, dan bahasa tulisan disebut lambang komunikasi khusus seperti warna, gambar, nada, bau-bauan, dan sejenisnya. Selain lambang komunikasi umum dan khsusus juga dikenal lambang komunikasi verbal dan nonverbal. Termasuk dalam kategori verbal adalah bahasa lisan dan bahasa tulisan, sedangkan yang masuk kategori nonverbal adalah mimik, gerak-gerik, serta suara.[15]

[14] Op.Cit., Hafied Cangara, hlm. 112
[15] Op.Cit., Dani Vardiansyah, hlm. 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemberian arti pada simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Oleh karena itu dapat disimpulkan sebagai berikut.[16]

a. Semua kode memiliki unsur nyata;
b. Semua kode memiliki arti;
c. Semua kode tergantung pada persetujuan para pemakainya;
d. Semua kode memiliki fungsi;
e. Semua kode dapat dipindahkan, apakah melalui media atau saluran-saluran komunikasi lainnya.

Kode pada dasarnya dapat dibedakan atas dua macam, yakni kode verbal (bahasa) dan kode nonverbal (isyarat).

4. Komunikasi Kelompok dan Klasifikasi Kelompok

a. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan sejumlah orang (komunikan) yang berkumpul bersama sama dalam bentuk kelompok. Kelompok tersebut bisa kecil (*small group*), bisa juga besar (*large group*), tetapi jumlah anggota kelompok tersebut tidak dapat ditentukan dengan eksak, beberapa jumlah orang yang termasuk *small group*, atau beberapa pula jumlah orang yang tergolong *large group*. Kelompok kecil bersifat lebih formal, lebih

[16] Op.Cit., Hafied Cangara, hlm. 113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terorganisir dan lebih terlembagakan dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi (individu).

Robert F. Bales dalam bukunya Interaction Frocess Analysis mendefinisikan kelompok kecil (*small group*) itu sebagai : "Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi sifat berhadapan wajah (*face to face meeting*), dimana setiap anggota mendapat kesan dan penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia, baik pada sa'at timbulnya pertanyaan maupun sesudahnya, dapat memberikan tanggapan kepada masing masing sebagai perorangan".

Sejumlah orang yang secara fisik bersama sama berada ditempat yang sama pada saat yang sama belum tentu merupakan kelompok. Berdasarkan definisi kelompok pada sejumlah orang tersebut haruslah ada persatuan psikologis, interaksi atau semacam itu.

Komunikasi model kelompok kecil ini dapat dikatakan efektif dalam arti kata bahwa komunikator dapat berbuat sedemikian rupa, sehingga pesan yang dikomunikasikan nya mencapai sasaran dengan sukses. Ia dapat melihat (*feedback*) seketika dapat mengajukan pertanyaan apakah mengerti atau tidak. Dapat mengulangi pesannya, kalau diperlukan. Bahkan dapat lebih meyakinkan lagi dan demikian seterusnya.

Berbeda dengan situasi dalam kelompok besar (*large group*) yang biasa juga disebut : *marco group*, misalnya dalam rapat samudera atau kumpulan orang orang "*crowd oriented*" . disini kontak pribadi antara komunikator dengan komunikan juga lebih kurang dibandingkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

situasi komunikasi kecil, apalagi jika dibandingkan dengan situasi komunikasi antar individu.

Menurut schramm lingkungan sosial kita yang hari demi hari membentuk predisposisi kita, titik demi titik meninggalkan bekas yang masing masing memperkuat pola yang sudah ada.

Disamping itu berelson dan steiner mengemukakan, bahwa menurut kenyataan yang hakiki sebuah pesan akan diterima oleh komunikan apabila sesuai dengan predisposisinya, selain kebutuhan, harapan dan cita citanya.

Maksudnya komunikator akan berhasil menyampaikan pesan komunikasinya kepada komunikan manakala pesan komunikasi itu sesuai dengan :

1. Predisposisinya.
2. Kebutuhannya.
3. Harapan.
4. Cita citanya.

Sebab itu seorang komunikator haruslah mempelajari terlebih dahulu predisposisi, kebutuhan, harapan, dan cita-cita komunikan.[17]

b. Klasifikasi Kelompok

Tidak semua himpunan orang disebut kelompok. Orang orang yang berkumpul diterminal bus, yang antri didepan loket bioskop, yang berbelanja dipasar, semua nya disebut agregat bukan kelompok.

[17] Lathief Rousydiy, *Dasar-dasar Rhetorica Komunikasi dan informasi*, T.A. hal 76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Supaya agregat menjadi kelompok diperlukan kesadaran pada anggota anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi diantara anggota anggotanya.[18]

Dari perspektif psikologi, dan juga sosiologi, kelompok dapat diklasifikasikan ke dalam :

1. Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

   Kelompok primer ditandai adanya hubungan emosional, personal, dan akrab, menyentuh hati seperti hubungan dengan keluarga, teman sepermainan, tetangga sebelah rumah dipedesaan. Kelompok sekunder adalah lawan dari kelompok primer, ditandai dengan hubungan yang tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita seperti organisasi massa, fakultas, serikat buruh, dan sebagainya.

2. In-group dan out group

   In-group adalah kelompok kita, dan out-group adalah kelompok mereka.

3. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan

   Pembagian kelompok ini dikemukakan oleh Theodore Newcomb yang melahirkan istilah membership group dan reference group.

   Kelompok rujukan diartikan sebagai kelompok yang digunakan sebagai alat ukur/standar untuk menilai dari sendiri atau untuk membentuk sikap.

[18] Drs. Jalaluddin rakhmat, m.sc, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal 141

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Erwin P. Bettinghaus mengemukakan cara cara menggunakan kelompok rujukan dalam persuasi :

a. Jika mengetahui kelompok rujukan khalayak kita, hubungkanlah pesan kita dengan kelompok rujukan kita.
b. Kelompok-kelompok itu mempunyai nilai yang bermacam macam sebagai kelompok rujukan.
c. Kelompok keanggotan jelas menentukan serangkaian perilaku yang baku bagi anggota-anggotanya. Standar perilaku ini dapat digunakan untuk menambah peluang diterimanya pesan kita.
d. Suasana fisik komunikasi dapat menunjukkan kemungkinan satu kelompok rujukan didahulukan dari kelompok rujukan yang lain.
e. Kadang-kadang kelompok rujukan yang positif dapat dikutip langsung dalam pesan, untuk mendorong respons positif dari khalayak.

4. Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright membagi kelompok pada dua kategori deskriptif dan kategori preskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukan nya secara alamiah.[19]

5. Bentuk – Bentuk Komunikasi Kelompok

Komunikasi sangat diperlukan dalam setiap kegiatan yang terjadi dalam organisasi untuk menyampaikan informasi. Bentuk komunikasi yang

[19] Riswandi, *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan pada suatu organisasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, diantaranya :

a. Komunikasi dari Atas ke Bawah

Secara sederhana, tranformasi informasi dari pimpinan dalam semua level ke bawahan merupakan komunikasi dari atas ke bawah (*top-down atau downward communication*). Aliran komunikasi dari atasan ke bawahan tersebut, umumnya terkait dengan tanggung jawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi. Seorang manajer yang menggunakan jalur komunikasi dari atas ke bawah memiliki tujuan untuk mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, mimimpin, dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Oleh karena berbentuk perintah, intruksi maupun prosedur untuk dijalankan para bawahannya, maka perlu penggunaan satu bahasa yang sama, sederhana, tidak bertele-tele dan mudah dipahami.

Komunikasi dari atas ke bawah tersebut dapat berbentuk lisan maupun tulisan. Salah satu kelemahan dari saluran komunikasi dari atas kebawah ini adalah terjadinya penyaringan ataupun sensor informasi penting yang ditujukan kepada para bawahannya.

b. Komunikasi dari Bawah ke Atas

Dalam struktur organisasi, komunikasi dari bawah ke atas (*bottom-up atau upward communication*) berarti alur informasi berasal dari bawahan menuju ke atasan. Partisipasi bawahan dalam proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengambilan keputusan akan sangat membantu dalam proses pencapaian tujuan organisasi.

Salah satu kelemahan komunikasi dari bawah keatas adalah adanya kemungkinan bawahan hanya menyampaikan informasi/laporan yang baik-baik saja, sedangkan informasi yang agaknya mempunyai kesan negatif cenderung disimpan dan tidak disampaikan.

Hal ini disebabkan karena para bawahan beranggapan bahwa dengan hanya melaporkan hal yang baik-baik saja, ia dapat menyelamatkan posisisnya, serta mendapatkan rasa aman dalam suatu organisasi tersebut.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi Horizontal (*horizontal communication*) atau komunikasi lateral (*lateral communication*) adalah komunikasi yang terjadi antar bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.

Tujuan komunikasi horizontal antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar.

Komunikasi secara horizontal menjadi penting artinya manakala masingmasing bagian atau departemen dalam suatu organisasi memiliki tingkat saling ketergantungan yang cukup besar. Tetapi jika masing-masing bagian dapat bekerja sendiri-sendiri tanpa harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tergantung dengan bagian lainnya, maka komunikasi horizontal akan minim.

d. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal (*diagonal communication*) melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Bentuk komunikasi diagonal memiliki keuntungan seperti penyebaran informasi dapat menjadi lebih cepat dan memungkinkan individu dari berbagai bagian atau departemen ikut membantu masalah dalam menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Disamping memiliki keuntungan, komunikasi diagonal juga memiliki kelemahan, bahwa komunikasi diagonal dapat mengganggu jalur komunikasi yang rutin telah berjalan normal.

6. Faktor Situasional dan Faktor Personal yang Mempengaruhi Kelompok

a. Faktor Situasional yang Mempengaruhi Kelompok

Ada 4 faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi kelompok sebagai berikut :

1. Ukuran kelompok

Hubungan antara ukuran kelompok dengan prestasi kerja kelompok / *performance* bergantung pada jenis tugas yang harus diselesaikan oleh kelompok.

Sehubungan dengan hal tersebut, ada dua tugas kelompok, yaitu tugas koaktif dan tugas interaktif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tugas koaktif, masing-masing anggota bekerja sejajar dengan yang lain, tetapi tidak berinteraksi. Pada tugas interaktif, anggota-anggota kelompok berinteraksi secara terorganisasi untuk menghasilkan produk, atau keputusan.

2. Jaringan Komunikasi

Ada lima macam jaringan komunikasi, yaitu :

a. Roda, pada jaringan komunikasi medel roda; seseorang, biasanya pemimpin, menjadi fokus perhatian.
b. Rantai, Pada jaringan komunikasi rantai; A dapat berkomunikasi dengan B, B dengan C, C dengan D, dan begitu seterusnya.
c. Pada jaringan komunmikasi Y tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang-orang di sampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan hanya seseorang disampingnya.
d. Lingkaran, pada jaringan komunikasi lingkaran setiap orang hanya dapat berkomunikasi dengan dua orang disamping kiri dan kanan nya.
e. Bintang, pada jaringan komunikasi bintang, disebut juga jaringan komunikasi semua saluran / *all channel*, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kohesi kelompok

Kohesi kelompok adalah adanya semangat kelompok yang tinggi, hubungan interpersonal yang akrab, kesetiakwanan, dn perasaan kita yang dalam.

Kohesi kelompok diukur dari :

a. Keterikatan anggota secara interpersonal satu sama lain
b. Ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok
c. Sejauh mana anggota tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal nya.

4. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah komunikasi yang secara positif mempengaruhi kelompok untuk bergerak kearah tujuan kelompok.

b. Faktor Personal yang Mempengaruhi Kelompok

1. Kebutuhan Interpersonal

William C. Schultz merumuskan teori FIRO (fundamental Interpersonal Relation Orientation). Menurut teori ini, orang memasuki karena didorong oleh 3 kebutuhan interpersonal, yaitu :

a. Inclusion : ingin masuk, menjadi bagian kelompok.
b. Control : ingin mengendalikan orang lain dalam suatu tatanan hirarkis
c. Affection : ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok yang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tindakan Komunikasi

Bila kelompok bertemu, terjadilah pertukaran informasi. Setiap anggota berusaha menyampaikan atau menerima informasi, baik secara verbal maupun nonverbal.

3. Peranan

Seperti halnya tindakan komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara hubungan emosional yang baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja.[20]

7. Hambatan Komunikasi dalam Kelompok

Dalam berkomunikasi setelah mengirim pesan, komunikator cenderung beranggapan bahwa pesan pasti diterima dan dimaknai sebagaimana yang dimaksudkan. Namun, dalam perjalanannya, pesan sering kali mengalami sejumlah gangguan (*noise*) sehingga tidak diterima sebagaimana yang dikirimkan atau dimaknai tidak sebagaimana yang dimaksudkan. Gangguan komunikasi dapat diartikan sebagai suatu keaadaan di mana proses komunikasi berlangsung tidak sebagaimana harusnya.[21]

Dalam hambatan komunikasi ada gangguan teknis dan *Miscommunication* dan *Misunderstanding.* Gangguan teknis adalah gangguan yang terjadi selama proses perjalanan pesan komunikator ke komunikannya, yakni mulai proses pengiriman (*receiver*), (*transmit*) hingga proses penerimaan (*receive*). Artinya gangguan terjadi pada saluran atau media

[20] Ibid, hal 75
[21] Op.Cit., Dani Vardiansyah, hlm. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi. Namun ada juga *Miscommunication* yakni kesalahan pengertian karena faktor peralatan jasmaniah (gangguan semantik) atau juga dapat terjadi karena faktor penilaian akal (denotatif) yang tidak sama antara komunikator dan komunikannya. Sedangkan *Misunderstanding* adalah kesalahpahaman yang terjadi karena faktor penilaian budi (konotatif) yang tidak sama antara komunikator dan komunikannya.[22]

Beberapa peluang terjadinya gangguan pada komunikasi[23] :

a. Gangguan pada akal budi komunikator ketika menjalani fungsi penginterpretasian. Ketika komunikator mencoba mengiterpretasikan motif komunikasinya, yakni apa yang dipikir dan dirasa, tiba-tiba akal budinya tidak berfungsi, dalam puncak emosi manusia yang paling ekstrem, akal seakan tidak mampu bekerja.
b. Gangguan pada akal budi komunikator ketika menjali fungsi penyandian. Banyak ide dan gagasan yang ingin diucapkan, sehingga situasi menjadi canggung, problem terjadi pada tahap *encoding* didalam diri komunikator, ia tahu apa yang ingin dikatakan, tapi tidak tahu bagaimana mengatakannya dalam lambang komunikasi yang dimengerti komunikan.
c. Gangguan pada peralatan jasmaniah ketika menjalani fungsi penerimaan. Akal budi komunikator mampu menjalankan fungsi interpreter dan *encoder,* namun peralatan jasmaniah gagal men-*transmit*-nya,

[22] Ibid., hlm. 98
[23] Ibid., hlm. 95-97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengirimkannya karena sesuatu keaadaan jasmani yang terganggu atau terhalang.

d. Gangguan pada saluran atau media komunikasi. Terdapat gangguan pada alat bantu komunikasi yang digunakan komunikator, atau gangguan pada saluran atau media yang digunakan saat berkomunikasi.

e. Gangguan pada peralatan jasmaniah komunikan ketika mengalami fungsi penerimaan. Peralatan jasmaniah komunikan yang berfungsi sebagai *receiver*, alat penerima, bermasalah; membuat pesan diterima tidak sebagaimana yang dikirimkan atau bahkan tidak dapat diterima (*receive*) sama sekali.

f. Gangguan pada akal budi komunikan ketika menjalani fungsi penyandian balik. Pengetahuan akal komunikan gagal mengurai (*decode*) lambang komunikasi yang digunakan sehingga ia tidak dapat menangkap pesan yang disampaikan.

g. Gangguan pada akal budi komunikan ketika menjalani fungsi penginterpretasian. Ini terjadi ketika lambang komunikasi telah berhasil diurai, komunikan mengerti perkataan atau pesan yang disampaikan tapi interpretasinya kurang atau keliru, tidak sebagaimana yang dimaksudkan.

8. Motif Hubungan dalam Partisipasi Kelompok

Komunikasi sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia, sementara pesan kita maknai sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Artinya pada saat manusia melakukan tindak komunikasinya dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyampaikan pesan kepada manusia lain, ia berusaha mewujudkan motif komunikasi. Karenanya, motif komunikasi didefinisikan sebagai sebab-sebab yang mendorong komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. Manusia terdiri dari alam sadar dan alam bawah sadar, derajat kesengajaan itu sulit ditentukan. Manusia sengaja menyampaikan pesan karena ia memiliki motif. Hanya saja ada motif-motif yang disadari karena datang dari alam sadar, namun terdapat pula motif-motif yang tidak disadari karena datang dari alam bawah sadar. Karena itulah, derajat kesengajaan sulit ditentukan.[24]

Scheidlinger berpendapat bahwa aspek-aspek motif dan emosional sangat memegang peranan penting dalam kehidupan kelompok. Beliau mengungkapkan betapa kelompok itu akan dapat terbentuk apabila didasarkan pada kesamaan motif antar anggota kelompok. Demikian pula emosional yang sama akan menjadi tenaga pemersatu dalam kelompok sehingga kelompok tersebut semakin kokoh.[25]

Pesan datang karena adanya motif komunikasi, motif komunikasi yang terbentuk dari konsepsi kebahagiaan, konsepsi kebahagiaan merupakan perwujudan falsafah hidup pada bidang kehidupan manusia. Pesan yang menjadi obyek kajian ilmu komunikasi disampaikan saat manusia melakukan tindak komunikasi. Tindak, diartikan sebagai perbuatan, karenanya tindak

[24] Ibid., hlm. 46
[25] Op.Cit., Slamet Santosa, hlm. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi didefinisikan sebagai perbuatan yang dilakukan manusia dalam usaha penyampaian pesan guna mewujudkan motif komunikasinya.[26]

Keikutsertaan individu menjadi anggota kelompok disebabkan alasan-alasan, sebagai berikut[27] :

a. Perhatian dan keikutsertaan individu ditumbuhkan oleh solidaritas kelompok.
b. Perubahan sikap akan lebih mudah terjadi apabila individu berada dalam satu kelompok, selanjutnya keputusan-keputusan kelompok akan lebih muda diterima dan dilaksanakan apabila individu terlibat dalam pengambilan keputusan.
c. Kepercayaan besar yang diberikan kepada kelompok.

Jaringan komunikasi kelompok merupakan perangkat hubungan yang menunjukan lingkaran pergaulan antara individu satu dengan yang lainnya, atau anggota-anggota kelompok dalam membicarakan isu-isu tertentu. Keberhasilan komunikasi kelompok disebabkan oleh keterbukaan anggota menanggapi, anggota dengan senang hati menerima informasi, kemauan anggota merasakan apa yang dirasakan anggota lain, situasi kelompok yang mendukung komunikasi berlangsung efektif, perasaan positif terhadap orang lain agar lebih aktif berpartisipasi, dan kesetaraan, yakni bahwa semua anggota kelompok memiliki gagasan yang penting untuk disumbangkan

[26] Op.Cit., Dani Vardiansyah, hlm. 53
[27] Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada kelompok.[28] Indvidu memiliki tujuan pararel dengan tujuan kelompoknya, oleh karena itu anggota-anggota kelompok berusaha untuk mencapai keberhasilan tujuan kelompok dan menghindari kegagalan tujuan kelompok.[29]

9. Pola Hubungan antara Kelompok dengan Pedagang

Pada tiap-tiap kelompok memiliki nilai tersendiri bagi individu artinya kelompok mempunyai nilai tinggi atau kelompok tersebut mempunyai nilai rendah. Nilai suatu kelompok dapat ditingkatkan bila ada kesadaran dari anggota bahwa ia masuk kedalam suatu kelompok, keinginan atau kebutuhan akan terpenuhi. Menurut Homans, semakin banyak interaksi diantara para anggota semakin menarik kelompok itu sebab dengan semakin sering berhubungan antar anggota semakin senang para anggota kelompok untuk bekerja sama.[30]

Jikalau hubungan berubah, karaketristik pola komunikasi juga berkembang, pola hubungan adalah hasil dari aturan bersama yang telah dikembangkan diantara orang-orang yang terlibat, secara singkat ada empat diantara pola-pola komunikasi yang paling umum : (1) iklim suportif dan defensif; (2) ketergantungan dan ketidaktergantungan; (3) spiral kemajuan dan spiral kemunduran, dan (4) prasangka baik dan prasangka buruk.[31]

---

[28] Ibid., hlm. 48
[29] Ibid., hlm. 50
[30] Op.Cit., Slamet Santosa, hlm. 79-80
[31] Op.Cit., Brent D. Ruben DKK, hlm. 286-288

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Iklim suportif dan defensif

Orientasi hidup dalam hubungan dan pola mereka berkomunikasi satu sama lain menciptakan iklim komunikasi. Iklim dan prilaku individu akan dapat dicirikan sebagai garis kontinum yang menghubungkan titik sangat mendukung dan titik sangat defensif.

b. Ketergantungan dan tidak ketergantungan

Dinamika ketergantungan dan ketidak ketergantungan adalah hal yang lazim dalam banyak hubungan dari waktu kewaktu. Hubungan ketergantunagan muncul ketika satu orang dalam suatu hubungan sangat tergantung pada yang lain untuk dukungan, uang, kerja, kepemimpinan, atau pengarahan, sehingga melengkapkan ketergantungan sebagai salah satu sisi hubungan.

c. Spiral kemajuan dan spiral kemunduran

Ketika aksi dan reaksi orang-orang dalam sebuah hubungan konsisten dengan tujuan dan kebutuhan mereka, berarti hubungan itu mengalami kemajuan dengan pertambahan yang kontinyu dalam level kelarasan dan kepuasan, keadaan seperti ini dapat digambarkan sebagai spiral kemajuan atau *progressive spiral*. Dalam spiral kemajuan, proses timbal balik pengelolahan pesan dari para peserta interaksi mengantarkan pengalaman mereka kearah yang positif. Kepuasan setiap peserta berasal dan dibangun oleh dirinya sendiri, dan hasilnya adalah sebuah hubungan yang menjadi sumber tumbuhnya kesenangan dan penghargaan bagi para partisipan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pola komunikasi dalam suatu hubungan sangat bervariasi dari satu tahap ketahap yang lainnya, tentunya orang yang bertemu pertama kali akan berinteraksi secara berbeda dari orang yang telah hidup bersama selama beberapa tahun, sifat pola interpersonal juga bervariasi tergantung pada konteks dimana percakapan berlangsung. William Schutz telah menyebutkan bahwa keinginan relatif kita memberi dan menerima kasih sayang, ikut serta dalam kegiatan orang lain dan orang lain turut dalam kegiatan kita, mengendalikan atau dikendalikan orang lain, adalah keinginan yang sangat mendasar bagi orientasi kita terhadap seluruh jenis hubungan sosial. Masing-masing mengembangkan kebutuhan khusus yang realatif yaitu, kebutuhan mengendalikan, kebutuhan kasih sayang, dan kebutuhan kepersetaan, sebagaimana kita butuh pada area yang lain.[32]

Gaya interpersonal juga memainkan peran penting dalam membentuk pola komunikasi yang muncul dalam hubungan. Beberapa orang bisa bicara dengan lancar dan lagi ramah, sangat terbiasa menggunakan cara lisan saat berhadapan dengan orang lain, sementara yang lainnya memiliki gaya interpersonal yang berciri lebih pasif dan dikendalikan oleh pihak lain, baik dalam keinginan maupun kekhawatiran, untuk berbicara pada situasi sosial, mereka lebih menggunakan gaya cerita mampu mengelola pemikiran dan peasaannya secara terusterang dan tegas.[33] Komunikasi memiliki peran yang

[32] Ibid., hlm. 289-290
[33] Ibid., hlm. 290

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat penting untuk membentuk sebuah hubungan dekat dan bermakna. Semakin dekat sebuah hubungan, semakin penting peran komunikasi.[34]

B. Kajian Teori

Teori Persuasif

Komunikasi persuasif ialah komunikasi yang dilakukan dengan cara halus dan membujuk komunikan.[35]

Istilah persuasi (persuasion bersumber pada perkataan latin persuasio. Kata kerjanya adalah persuadere yang berarti membujuk,mengajak atau merayu.

Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Penegasan ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (*coersion*). Tujuan dari persuasidan koersi adalah sama, yakni mengubah sikap ,pendapat atau perilaku.[36]

Pada masa yunani kuno studi tentang komunikasi persuasif ini sudah ada yang mana studi komunikasi persuasi ini disebut oleh banyak orang sebagai studi tentang retorika. Yang mana pada masa tersebut retorika ini digunakan sebagai pembuatan pidato (*speech making*) yang umumnya digunakan untuk penampilan umum, terutama untuk keperluan tiga peristiwa penting yakni pada saat itu warga masyarakat menggunakannya untuk mengadukan masalah-masalah mereka di ruang pengadilan (*forensic oratory*) dan ikut serta dalam perdebatan mengenai

[34] Steven Dowshen, *Cerdas Menjalin Komunikasi dengan Anak.*, (Yogyakarta: Pionir Media, 2009), hlm. 109
[35] Suranto AW, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 14
[36] Op.Cit., Onong Uchjana Effendy, hlm. 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masalah-masalah kebijakan umum (*delibarative oratory*).[37] Pada zaman itu tiap-tiap pria dan keluarganya sebelum masalah berujung di pengadilan, dapat melerai masalah-masalah seperti kekayaan, warisan, keadaan bersalah atau tak bersalah dengan cara ini.[38]

Bagi aristoteles sendiri yang mana sebagai cendekiawan yunani pada masanya mengatakan bahwasanya retorika sebagai seni persuasi, suatu uraian yang harus singkat, jelas dan meyakinkan, dengan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*) dan mempertahankan (*defensive*).[39]

Komunikasi persuasif sendiri sudah menjadi pusat dan menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari hari baik itu pada masa sekarang maupun masa yunani kuno dulu seperti halnya apa yang sudah di uraikan dia atas tentang persuasif.

Dalam modul komunikasi persuasif nothstine mengatakan bahwa pelaksanaan komunikasi persuasif bukanlah hal yang mudah, agar dapat mengubah sikap, perilaku dan pendapat sasaran persuasi, seorang persuader harus mempertimbangkan kejelasan tujuan dengan maksud untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku.

---

[37] Dedy Djamaluddin Malik, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994), hlm. 1
[38] Op.Cit., Suranto AW, hlm. 14
[39] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*,(Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Begitu juga dengan sasaran komunikasi yang memiliki keragaman yang cukup kompleks sehingga sebelum melakukan komunikasi persuasif harus mempelajari dan mempelajari keragaman sasaran terlebih dahulu. Memilih strategi juga termasuk dalam hal ini karena strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara manajemen komunikasi dengan komunikasi persuasif, hal yang terpenting dalam komunikasi persuasif adalah siapa sasaran komunikasi persuasif, tempat dan waktu pelaksanaan komunikasi persuasif, apa yang di sampaikan dan mengapa harus disampaikan.

Definisi lain dari persuasif adalah kegiatan psikologis, tujuannya untuk merubah sikap, pendapat, atau tingkah laku tanpa menggunakan ancaman, kekerasan, kekuatan, kekuasaan, penekanan, pemerasan, penyuapan, teror, intimidasi dan boikot, tetapi dengan kesadaran, simpati dan sepenuh kesadaran.[40]

Adapun juga dalam hal ini pada umumnya sikap – sikap individu atau kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen yakni :

1. Kognitif – Perilaku dimana individu mencapai tingkat tahu pada objek yang diperkenalkan.
2. Afektif – Perilaku dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka kepada objek.
3. Konatif – perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu tindakan terhadap objek.

[40] Jamaludin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah Surabaya, 1993). hlm. 76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id