

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1. Strategi Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Pecinta Alam di UPN "Veteran" Yogyakarta dalam Meningkatkan Komitmen Anggota

Hasil penelitian terdahulu yang relevan pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Sugiyati dan Endar. Penelitian ini berjudul strategi komunikasi organisasi unit kegiatan mahasiswa pecinta alam di UPN "Veteran" Yogyakarta dalam meningkatkan komitmen anggota, bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan didalam organisasi mapala serta mengetahui hambatan-hambatan yang ada dalam perkembangan organisasi mapala saat ini. Teori yang digunakan untuk menganalisis adalah teori sistem sosial dan teori input proses output. Metode yang digunakan merupakan kualitatif deskriptif yang mencoba mengungkapkan hal-hal yang terjadi diorganisasi melalui pola dan strategi komunikasi yang mereka jalankan. Sumber data dari penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder melalui observasi dan wawancara mendalam (indepth interview) dengan beberapa informan yang dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian. Hasil dari penelitian ini bahwa UKM Mapala merupakan organisasi yang menjalankan sistemnya dengan pendekatan subjektif, dimana komunikasi yang terjadi dalam organisasi terdiri dari komunikasi formal dan informal. Dalam komunikasi organisasi juga terdapat hambatan-hambatan yang berasal dari media-media yang digunakan, publik internal dan eksternal yang membuat strategi komunikasi organisasi tersebut tidak berjalan sesuai dengan harapan. Strategi dalam meningkatkan anggotanya dibedakan menjadi dua, yakni strategi dalam organisasi berupa pendidikan untuk anggota muda mulai dikurangi setiap tahunnya, sedangkan strategi dalam komunikasi



organisasinya dengan perubahan kultur budaya di sekretariat mapala, mulai berkurangnya sistem senioritas dan junioritas (Sugiyati et al., 2015).

2.1.2. Komunikasi Organisasi dan Kinerja Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Bina Darma Palembang

Hasil penelitian yang relevan kedua adalah penelitian penelitian yang dilakukan oleh Efriadi Alan yang berjudul Komunikasi Organisasi dan Kinerja Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Bina Darma Palembang. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi organisasi dan bagaimana cara untuk menunjang kinerja anggotanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori Weick mengenai Pengorganisasian sebagai kajian analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi organisasi dalam Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Bina Darma Palembang berpengaruh untuk menunjang kinerja anggotanya. Pola komunikasi yang baik di dalam organisasi memberikan pengaruh besar terhadap berjalannya suatu rencana dengan optimal. Oleh karena itu, hubungan komunikasi yang terjalin harus menjadi acuan perkembangan bagi organisasi dan hubungan kepada pihak perguruan tinggi (Alan, 2020).

2.1.3. Pola Komunikasi Organisasi Benteng Panynyua English Club dalam Mempertahankan Soliditas

Hasil penelitian yang relevan ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurhikmah, skripsi berjudul "*Pola Komunikasi Organisasi Benteng Panynyua English Club Dalam Mempertahankan Soliditas*." Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



UIN Alauddin Makassar, Tahun 2013. Hasil Penelitian Pola komunikasi dan arus pesan yang digunakan adalah saluran total yakni semua anggota dan pengurus dapat saling berinteraksi dengan semua anggota dan pengurus lain. Banyak yang dapat meningkatkan soliditas diantara pengurus dan anggota seperti halnya memberikan masukan dan nasehat karena anggota dan pengurus selalu mengadakan kegiatan yang dapat hambatan yang telah dilalui oleh Benteng Panyunyu English Club seperti *Miss Communication* diantara pengurus dan anggota, selain itu fasilitas yang kurang memadai untuk digunakan saat *meeting club*, juga menjadi hambatan buat Benteng Panyunyu *English Club*. Perbedaan dalam penelitian yaitu terdapatnya hambatan dalam melakukan pola komunikasi dalam komunitas *club*. Sedangkan persamaan dalam penelitian komunikasi ini jelas tidak dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tatakrma pergaulan antarmanusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberikan pengaruh langsung pada struktur keseimbangan dalam bermasyarakat.

Dari ketiga penelitian yang dipaparkan diatas merupakan penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang disusun oleh peneliti. Peneliti terdahulu memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini yakni peneliti meneliti tentang "Strategi Komunikasi Komunitas Pecinta Alam Dalam Mempertahankan Soliditas Kelompok (Studi Kasus Pada Pa Se Oku)", dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui strategi komunikasi pecinta alam dalam mempertahankan soliditas kelompok. Selain itu perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi lokasi.

2.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada



komunikasikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek/tujuan dengan mengharap kan *feedback* atau umpan balik". Menurut (Deddy Mulyana 2010), kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasalatin atau commonis yang berarti "sama" *communico, communication* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make commen*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*comonuty*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan merekaberbagi makna dan sikap. Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai "berbagi pengalaman".

Selanjutnya menurut (Ginting, 2019) "Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan". Pada umumnya, pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih, dan proses pemindahan pesannya dapat di lakukan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara lisan, tulisan maupun melalui media tertentu.

Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian

antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu:

Proses komunikasi secara primer proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*simbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, syarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemah" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi secara sekunder proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

2.2.1 Jenis-Jenis Komunikasi

Menurut (Daryanto, 2016) komunikasi terbagi menjadi 6 jenis yaitu:

- a. *Komunikasi intrapribadi* adalah komunikasi yang terjadi di dalam diri komunikator atau lazim disebut komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapribadi merupakan dasar komunikasi antarpribadi.
- b. *Komunikasi antarpribadi* adalah komunikasi yang terjadi diantara dua orang secara tatap muka yang memungkinkan respon verbal maupun nonverbal berlangsung secara langsung. Bentuk khusus komunikasi antarpribadi ini adalah



komunikasi *diadic* yang melibatkan dua individu/dua orang.

- c. *Komunikasi kelompok* adalah komunikasi yang merujuk pada komunikasi yang dilakukan sekelompok kecil orang. Dalam komunikasi kelompok, komunikator relatif mengenal komunikan, demikian juga antara komunikan. Bentuk komunikasi kelompok kecil, misalnya pertemuan, rapat, dan lain-lain.
- d. *Komunikasi publik* disebut juga komunikasi kelompok besar karena melibatkan komunikan khalayak relatif besar sehingga sulit saling mengenal secara dalam satu persatu. Dalam komunikasi publik, proses komunikasi relatif bersifat linear atau satu arah. Dalam komunikasi publik, pesan relatif lebih terstruktur dari pada komunikasi kelompok, lebih terencana, terdapat agenda, dan terorganisir.
- e. *Komunikasi organisasi* terjadi di dalam organisasi ataupun antar organisasi, baik bersifat formal maupun informal dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi melibatkan komunikasi kelompok, komunikasi antar pribadi, komunikasi intrapribadi, dan terkadang komunikasi publik juga muncul didalamnya.
- f. *Komunikasi massa* melibatkan jumlah komunikasi yang banyak, tersebar dalam area geografis yang luas, namun punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Karena itu, agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama maka digunakan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Para pakar komunikasi mengemukakan fungsi yang berbeda-beda, jadi dapat disimpulkan fungsi komunikasi adalah sebagai berikut: (1) Komunikasi Sosial, Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, serta terhindar dari tekanan dan ketegangan, (2) Komunikasi Ekspresif, Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sendirian ataupun



kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) seseorang. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah, dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal. (3) Komunikasi Ritual, Komunikasi biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan, misalnya seperti upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, sungkeman dan lain-lain sebagainya. (4) Komunikasi Instrumental, Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur.

2.3 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (deddy mulyana 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya. (Wonodihardjo, 2014) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan



tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. Dan menyatakan komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya di bawah pengarahan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat-sifat komunikasi.

Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka, kelompok memiliki sedikit partisipan, kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin, kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama, anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. (Rahmat 2004) menjelaskan bahwa



kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang benar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

2.4 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi.

Menurut Effendy (2011), strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

2.4.1 Teknik Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994), terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

1. Redundancy (Repetition), adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.
2. Canalizing, adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.
3. Informatif, adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
4. Persuasif, adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan



(suggestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).

5. Edukatif, merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.
6. Koersif, adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

2.4.2 Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Menurut Arifin (1994), agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikasikan perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a. Mengenal khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (frame of reference) dan pengalaman lapangan (field of experience) khalayak secara tepat dan seksama.



Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak seperti: Pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan, pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, dan pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan. Kedua, pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda, ketiga situasi kelompok di mana itu berada.

b. Menentukan tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu: memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi, menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain dalam mencapai tujuan, menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk keahlian teknis sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data sebagai bahan pertimbangan, mengevaluasi perilaku secara efektif, yaitu suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima pesan.

c. Menyusun pesan

Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah untuk menentukan strategi komunikasi dengan cara menyusun pesan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu: Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran, pesan



harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu, pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu: bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Bersifat satu arah, artinya tidak ada reaksi antara para peserta komunikasi. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim dan mempunyai publik yang secara geografis terbesar.

2.4.3 Hambatan Strategi Komunikasi

Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak. Menurut Ruslan (2003), terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:



a. Hambatan dalam proses penyampaian (process barrier)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (sender barrier) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (receiver barrier) karena sulitnya komunikasi dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikasi. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor, feedbacknya (hasil tidak tercapai), medium barrier (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan decoding barrier (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

b. Hambatan secara fisik (physical barrier)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (sound system) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantik (semantik barrier)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikasi yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psiko-sosial (psychosocial barrier)



Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata momok yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi karang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa.

2.5 Pecinta Alam

Pecinta alam adalah seseorang yang mencintai alam dan semesta beserta isinya. Jadi pecinta alam artinya sangat luas sekali, mencintai hutan, gunung, laut, bumi, bulan, matahari dan sebagainya. Termasuk juga mencintai manusia, mencintai diri sendiri, bahkan mencintai Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya, jadi pada hakekatnya pecinta alam itu sangat luas artinya. (MarliaHusna, 2007:11).

Ada beberapa kelompok pecinta alam di OKU yakni: Generasi Pecinta Alam Universitas Baturaja (GAPURA), Gempa Sabatra (GS), Komunitas Pendaki Gunung Balad Soekarno (KPGBS), GERHANA UNMAHA. Pecinta Alam atau sering disebut sebagai mapala yang telah melakukan banyak eksplorasi alam seperti mendaki gunung dan kegiatan lainnya, jika menurut pembahasan diatas para mapala tersebut seharusnya cerdas secara spiritual karena mampu memaknai keindahan alam yang itu adalah ciptaan Allah SWT. Namun pada kenyataannya ditemukan perilaku mapala yang jauh dari nilai yang diperoleh saat melakukan kegiatan mereka di alam bebas, seperti meninggalkan sholat lima waktu, kurang menjaga kebersihan tempatnya, dan



kurang menyadari terkait kewajiban belajar mereka sebagai mahasiswa.

2.6 Soliditas

Soliditas adalah sebuah keadaan dimana kita menjadi kukuh, solid. Dimana berbagai elemen menyatu dan menjadi kuat ketika bersama (Zulifah Chikmawati, 2017). Bergaul dengan orang-orang memiliki pandangan yang berbeda memang bukan hal mudah. Namun, apabila kita dapat menemukan rasa saling memahami dan keinginan untuk saling memberikan semangat kepada satu sama lain tanpa adanya egoisme, hal tersebut akan sangat indah. Itu lah mengapa kita membutuhkan adanya soliditas, masing-masing manusia pasti memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Perbedaan bukanlah masalah, tapi yang paling penting adalah bagaimana cara agar perbedaan tersebut dapat bekerja sama dalam suatu kesatuan sehingga saling melengkapi. Soliditas diinginkan bagi setiap kelompok. Baik itu dalam masyarakat, kelompok belajar, komunitas, bahkan dalam pertemanan. Secocok apapun kamu dengan orang lain, pasti akan ada saat di mana seseorang menjadi terlihat ketidaksesuaiannya yang membuat soliditas menjadi berkurang.

Maka dari itu, harus ada suatu irama yang harus dijaga agar hubungan dan sosialisasi yang baik terus berjalan dengan nyaman. Soliditas membangun rasa ingin selalu dapat saling tolong menolong dan peduli terhadap sesama, yang kaya membantu yang miskin, yang kuat membantu yang lemah, dan sebagainya.

Soliditas dapat membuat hidup menjadi lebih baik, kurangnya soliditas malah membuat orang kaya semakin kaya dan yang kuat semakin kuat. Sebaliknya, orang yang miskin semakin miskin dan yang lemah semakin meratapi kelemahannya. Beberapa perilaku korupsi adalah salah satu contoh bahwa soliditas sudah mulai terkikis, di mana yang kuat menindas yang lemah. Hal ini memprihatinkan mengingat bahwa negara Indonesia menjunjung tinggi nilai kesopanannya.



Menumbuhkan empati kepada orang lain pernahkah mendengar kata simpati dan empati? Kedua kata tersebut memiliki makna yang hampir sama, namun dengan level yang berbeda simpati adalah mengerti tentang orang lain berdasarkan pendapat kita pribadi. Sedangkan empati jauh di atas simpati, yakni kamu mengerti secara keseluruhan tentang orang lain sesuai dengan apa yang dirasakan orang tersebut. Nah, empati inilah yang juga harus ditingkatkan. Silaturahmi (komunikasi) dengan sesama hal ini sederhana, namun sangatlah penting. Semua pasti pernah mendengar kata “tak kenal maka tak sayang”. Nah, dalam level ini, kamu bukan hanya menjaga kata “kenal” tapi menjaga komunikasi dan silaturahmi yang intensif dengan orang lain.

Saling sapa ini hal yang lebih sederhana lagi, namun sudah mulai terkikis di masa kini. Padahal saling sapa satu sama lain dapat membangun ikatan yang kuat antara satu orang dengan orang lainnya. Walaupun hal ini kelihatan sedikit remeh, akan tetapi ini merupakan salah satu kabel penyambung antara seseorang dengan yang lain. Dibanding tiga hal sebelumnya, hal ini adalah hal yang paling sulit untuk diterapkan.

Namun, ketika ketiga hal tersebut berhasil kamu terapkan, poin keempat ini akan otomatis dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan empati dan silaturahmi yang baik, maka dengan sendirinya kamu akan merasa perlu untuk saling tolong menolong dengan orang lain.

2.7 Teori *GroupThink*

Menurut Little John (2009) *GroupThink* adalah proses pengambilan keputusan dalam kelompok yang kohesif yang keputusannya tidak diambil berdasarkan rasionalitas melainkan untuk mempertahankan harmonisasi kelompok. Lahirnya konsep *GroupThink* di dorong oleh kajian mendalam mengenai komunikasi



kelompok yang dikembangkan oleh Raymond Cattel. Cattel melakukan penelitian yang memfokuskan pada kepribadian kelompok sebagai tahap awal. Selanjutnya *GroupThink* dirumuskan menjadi teori dari penelitian jangka panjang oleh Irvin L. Janis, yang memfokuskan penelitiannya pada kelompok pemecahan masalah (problem solving group) dan kelompok yang berorientasi pada tugas (task oriented group).

Pemikiran kelompok berpengaruh pada perilaku manusia memiliki reaksi terhadap sejumlah orang yang terlibat dalam kelompok tersebut. Kurt Lewin dalam buku teori komunikasi, pemikiran kelompok adalah sebuah hasil langsung terhadap kepaduan (Little John 2009). Komunikasi merupakan hal penting bagi kegiatan kelompok, baik suatu pembicaraan dalam rapat, percakapan akrab antara dua orang, atau pertemuan untuk merencanakan sebuah permasalahan. Bila anggota kelompok terbiasa saling dapat memberikan informasi maupun pendapat saat berinteraksi, maka keefektifannya dapat dilihat dari kemampuan mengurai hambatan yang terjadi maupun menciptakan upaya kemajuan yang nyata Tiga asumsi *Groupthink* Teori. Asumsi penting dari groupthink sebagaimana dikemukakan dalam Turner & West (2008) adalah: Terdapat kondisi yang mempromosikan kohesivitas yang tinggi. (Distra Asniar, 2019) anggota kelompok sering kali memiliki perasaan yang sama/investasi emosional dan akibatnya memiliki kecenderungan untuk mempertahankan identitas kelompok. Proses pemecahan masalah dalam kelompok kecil. kelompok rentan terhadap batasan afiliatif yang berarti lebih memilih menahan masukan mereka daripada mengambil risiko ditolak. Batasan afiliatif (affiliative constraints) merujuk ketika para anggota memilih untuk menahan masukan mereka daripada menghadapi penolakan dari kelompok. Kelompok dan pengambilan keputusan biasanya bersifat kompleks. bahwa usia, sifat, kompetitif, ukuran,



kecerdasan, komposisi gender, gaya kepemimpinan pada anggota kelompok dapat memengaruhi proses-proses yang terjadi di dalam kelompok.

2.7.1 Asumsi *GroupThink* Teori

Groupthink adalah jenis pemikiran yang ditunjukkan oleh anggota kelompok yang berusaha untuk meminimalkan konflik dan mencapai konsensus tanpa pengujian secara kritis, analisis yang tepat, dan mengevaluasi ide-ide dari luar kelompok. Kreativitas individu, keunikan, dan cara berpikir yang independen menjadi hilang karena mengejar kekompakan kelompok. Dalam kasus groupthink, anggota kelompok menghindari untuk mengutarakan sudut pandang pribadi di luar zona konsensus berpikir kelompoknya.

Motif ini dilakukan anggota kelompok agar tidak terlihat bodoh, atau keinginan untuk menghindari konflik dengan anggota lain dalam kelompok. *Groupthink* dapat menyebabkan suatu kelompok membuat keputusan secara tergesa-gesa dan membuat keputusan yang tidak rasional. Dalam groupthink, pendapat individu disisihkan karena dikhawatirkan dapat mengganggu keseimbangan kelompok.

Pada praktiknya proses pengambilan keputusan dengan pengajuan gagasan atau pendapat dalam suatu tim atau kelompok, seringkali diwarnai dengan adanya beberapa anggota tim yang menahan atau bahkan mengabaikan segala pendapat dan pemikirannya sendiri demi mengikuti pendapat mayoritas. Mayoritas pun terkadang terkesan memberikan tekanan pada anggota tim untuk dapat menyetujui keputusan mayoritas, dengan tanpa memikirkan pemikiran dan keinginan anggota yang ragu-ragu atau bahkan tidak setuju. Berkaitan dengan hal tersebut terdapat sebuah teori komunikasi yang meneliti mengenai adanya tekanan yang kuat dalam sebuah kelompok menentukan keputusan untuk menuju pada ketaatan, yaitu Groupthink Theory atau teori pemikiran kelompok yang dikemukakan oleh Irving



Janis.

Dalam groupthink theory dinyatakan bahwa ketika anggota kelompok memiliki nasib yang sama, mereka sangat menjunjung tinggi adanya kohesivitas, karena dipengaruhi oleh kesamaan perasaan yang dimiliki oleh anggota kelompok atau investasi emosional, sehingga pada akhirnya mereka cenderung untuk mempertahankan identitas kelompok (West dan Turner, 2008:276). Oleh karena itu, teori ini juga menjelaskan dimana pemeliharaan kelompok atau soliditas kelompok lebih dipentingkan daripada evaluasi konflik atau kritis terhadap suatu masalah (Goldhaber, 1993:262). Adanya pencapaian kebulatan suara dalam memecahkan masalah di dalam kelompok, membuat mereka mengesampingkan motivasi mereka dalam menilai alternatif-alternatif tindakan yang realistis (Mulyana, 2005:113).

Irving Janis (dalam West dan Turner, 2008:276) mengungkapkan teori groupthink memfokuskan pada kelompok pemecahan masalah (problem-solving group) dan kelompok yang berorientasi pada tugas (task-oriented group). Tujuan utamanya kedua kelompok tersebut adalah untuk mengambil keputusan dan memberikan rekomendasi kebijakan. Tiga asumsi penting dikemukakan Irving Janis (dalam West dan Turner, 2008:276) yang muncul dalam menuntun teori groupthink ini, yaitu:

1. Terdapat kondisi-kondisi dalam kelompok yang menyebabkan tingginya tingkat kohesivitas. Dalam asumsi ini dapat diamati bahwa anggota-anggota dalam suatu kelompok seringkali memiliki perasaan yang sama atau investasi emosional, dan akhirnya mereka cenderung untuk mempertahankan identitas kelompok (West dan Turner, 2008:276). Menurut Janis dalam Bernthal (1993:84), kohesivitas kelompok dapat memfasilitasi adanya pengambilan keputusan, dan terjadinya groupthink lebih sering



ditemui pada konteks dimana sebuah kelompok didominasi adanya aspek kohesi secara sosial-emosional, yang berorientasi untuk meningkatkan dan mempertahankan hubungan sosial di dalam kelompok. Kohesi kelompok sendiri didefinisikan sebagai sebuah tingkatan yang tinggi dari anggota dalam menilai keanggotaan mereka dalam kelompok dan ingin terus bergabung di dalamnya (Bernthal, 1993:70).

2. Proses pemecahan masalah di dalam kelompok biasanya merupakan proses yang menyatu. Menurut Gouran (dalam West dan Turner, 2008:277), ketika anggota kelompok benar-benar berpartisipasi, karena mereka takut ditolak, pada akhirnya mereka memiliki ketertarikan untuk mengikuti pemimpin ketika saat pengambilan keputusan tiba.
3. Sifat dasar dari kebanyakan kelompok pengambilan keputusan dan kelompok yang berorientasi pada tugas, bersifat kompleks. Marvin Shaw, Janet Fulk, dan Joseph McGrath (dalam West dan Turner, 2008:278) mengemukakan bahwa terdapat banyak pengaruh dalam kelompok, di antaranya adalah perbedaan usia, sifat kompetitif individu, ukuran kelompok, kecerdasan anggota, komposisi gender, dan gaya kepemimpinan yang ada, serta latar belakang budaya dari tiap individu yang ada di dalam kelompok tersebut. Oleh karena itulah, kelompok dan keputusan kelompok dapat menjadi sulit dan menantang, tetapi melalui kerja kelompok, mereka dapat mencapai tujuan dengan lebih baik dan efisien (West dan Turner, 2008:278).

Janis (dalam Littlejohn, 2009:347) pun mengungkapkan adanya sejumlah gejala dalam fenomena teori pemikiran kelompok, yaitu:

- a. Solusi kebal (illusion of invulnerability), ditunjukkan dari upaya anggota menciptakan optimisme yang kuat dalam kelompok.



- b. Kelompok menciptakan usaha kolektif untuk merasionalkan serangkaian tindakan yang diputuskan.
- c. Kelompok menjaga sebuah kepercayaan yang tidak terpatahkan dalam moralitas bawaannya, dan membuat kelompok termotivasi dan bekerja untuk hasil yang terbaik.
- d. Kelompok memiliki stereotipe yang negatif terhadap kelompok-kelompok luar, kelompok saingan atau musuh.
- e. Tekanan langsung (direct pressure) mendesak anggota untuk tidak mengungkapkan pendapat yang berbeda.
- f. Sensor diri (self-censorship), membuat individu mengurungkan niat untuk menyampaikan pendapat yang berlawanan dan akhirnya menekan mereka untuk diam.
- g. Ilusi mufakat (illusion of unanimity) terjadi dengan keputusan yang seolaholah disepakati bersama, dan membuat kelompok merapatkan soliditas.
- h. Munculnya pikiran waspada (mindguards) untuk melindungi kelompok dan pemimpin dari opini maupun informasi yang berlawanan dan tidak diinginkan.

Dari penjelasan mengenai beberapa aspek dari teori groupthink ini, dapat disimpulkan bahwa groupthink adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan cara anggota-anggota kelompok menyeimbangkan kebutuhan mereka untuk memadukan dengan kebutuhan untuk mencapai suatu keputusan (West dan Turner, 2008:289).

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran



