**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Definisi Komunikasi**

 Manusia yang hidup berkelompok dan bersosialisasi dengan lingkungan nya tidak terlepas dari sebuah hubungan yang saling membutuhkan satu sama lain. Dalam hal membina hubungan tersebut, manusia memiliki cara untuk berinteraksi, yaitu dengan komunikasi. Arti dari komunikasi itun sendiri terus berkembang seiring dengan perubahan jaman. Cara – cara berkomunikasi pada masa dahulu dan sekarang bisa dikatakan berbeda, tetapi tujuannya sama yaitu untuk mencapai hasil yang diharapkan, bahwa informasi yang disampaikan oleh komunikator harus sampai pada komunikan.

 Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicatio”* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Isitlah *communication* tersebut bersumber pada kata “*communis”* yang berarti sama. Komunikasi adalah salah satu syarat bagi berlangsungnya hubungan antar manusia atau interaksi sosial diantara sesama manusia. Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang harus selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang biasa terjadi di dalam kehidupan manusia. Seseorang melakukan komunikasi karena ingin melakukan hubungan dengan lingkungannya.

 Hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi sebagai fungsi sosial, menurut **Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,** yaitu :

**Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.(2008:5)**

Komunikasi apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antar pribadi, antar kelompok, antar suku bangsa dan antar ras, membina kesatuan dan persatuan umat manusia. Dalam pergaulan hidup manusia dimana masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Haikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia baikpikiran ataupun perasaaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

 **William I. Golden** dikutip **Dedy Mulyana**  dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** membahas empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka pikirannya, yakni :

**Komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental, tidak saling meniadakan. Fungsi suatu peristiwa komunikasi tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi – fungsi lainnya, meskipun terdapat satu fungsi yang dominan.(2008:5)**

 Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif, komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita. Perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan verbal dan non verbal.

 Dalam kamus besar bahasa Indoensia, istilah komunikasi di artikan dengan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Pendapat yang dikemukakan oleh Hovland yang dikutip **Effendy** dalam bukunya **Komunikasi Teori dan Praktek**, menjelaskan bahwa komunikasi adalah

  **Upaya yang sistematis merumuskan secara tegas asas – asas**

 **penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”(2005:10)**

 Begitu banyak rincian mengenai komunikasi yang dilandaskan berdasarkan pengamatan – pengamatan dan penelitian – penelitian yang dilakukan oleh pakar – pakar komunikasi dengan mengemukakan pendapat – pendapat yang adakalanya terdapat kesamaan dan tumpang tindih diantara berbagai pendapat tersebut. Tetapi sudah jelas bahwa komunikasi itu sangat penting bagi manusia, sebab tanpa komunikasi tidak akan terjadi interaksi dan tidak ada terjadi saling tukar pengetahuan dan pengalaman.

 Dari kesuluruhan definisi tentang komunikasi yang dikemukakan secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur – unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator dan juga komunikan. Sementara itu, proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan – pesan (*message*) dari pengiriman pesan sebagai komunikan. Tujuan dari proses komunikasi tersebut adalah tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak. Sebelum pesan – pesan tersebut dikirim kepada komunikan, komunikator memberikan makna – makna dalam pesan tersebut (*decode*) yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan diberikan makna sesuai dengan konsep yang dimilikinya (*encode*).

**2.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi**

 Menurut Mc Quail dan Windahl, yang dikutip oleh **Ruslan** dalam buku ***Metode Research***bahwa komunikasi berkaitan erat dengan unsur – unsur sebagai berikut :

***Sender a chanel, a msessage, a receiver, a relationship between sender and receiver, an effect, a context in wich communications occurs and range of things to whic menssage ‘refer sometimes, communications can be any or all the following : action on another, an interaction with others and reaction to other.* ( pengirim media saluran, pesan, penerima dan terjadi hubungan antara dan pengirima yang menimbulkan efek tertentu, atau kaitannya dengan kegiatan komunikasi dan suatu hal dalam rangkaian penyampaian pesan – pesan. Kadang – kadang, komunikasi dapat terjadi pada seseorang atau semuanya, mulai dari yang melakukan aksi kepada lainnya atau terjadi interaksi dan reaksidari satu pihak kepada pihak lainya. (2004:90)**

 Dari penjelasan unsur – unsur komunikasi diatas **Effendi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menjelaskan, dapat diuraikan menjadi sender :

**Komunikator : yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang Encoding : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran dalam bentuk lambang Message : pesan, yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh Komunikator Media : saluran komunikasi, tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan kepada *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator Response : tanggapan, seperangkat reaksi kepada komunikan setalah diterpa pesan *FeedBack* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator *Nosie* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain pleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. (2001:8)**

 Dalam komunikasi efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sebagai sasarannya, komunikator harus mengirim pesan melalui media yang effesien dalam mencapai khalayak sasaran.

**Gambar 2.1.**

**Proses Komunikasi**

Efek

Sumber

Pesan

Media

Penerima

Umpan Balik

1. Sumber

 Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source,sender* atau *encoder.*

1. Pesan

 Pesan yang dimaksudkan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan bahan *message,content,* atau *information.*

1. Media

 Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

1. Penerima

 Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara.

1. Pengaruh

 Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang, karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan.

1. Umpan Balik

 Adanya yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya

**2.1.2 Fungsi Komunikasi**

 Fungsi komunikasi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan – tujuan tertentu. Seperti yang dinyatakan oleh **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi : Komunikasi sebagai ilmu, seni dan lapangan kerja sudah tertentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (2005:55)**

**2.1.3. Proses Komunikasi**

 Proses Komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. **Proses Komunikasi Secara Primer**

 Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa verbal adalah teknik yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseoramg kepada orang lain.

 Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas, karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Kial (gesture) memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi  menggapaiakan tangan atau memainkan jari-jemari, mengedipkan mata atau menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Gambar sebagai lambing yang banyak digunakan dalam komunikasi, tetapi tidak melebihi bahasa.

 Pikiran atau perasaan seseorang baru akan diketahui dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut yakni lambang-lambang. Dengan perkataan lain, pesan (message) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi dan lambing (simbol).

 Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan  dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi, tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang.

 Kata-kata mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotative dan pengertian konotatif. Sebuah perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Sedangkan perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung emosional atau mengandung penilaian tertentu.

 Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan, kemudian menjadi giliran komunikan untuk men-decode pesan dari komunikator itu, dalam proses itu komunikator berfungsi sebagai penyandi (encoder).

1. **Proses Komunikasi Sekunder**

 Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai mediakedua setalah memakai lambang sebagai media pertama.

 Komunikator menggunakan media sekunder dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlah banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio. Televisi, film dan banyak lagi media sekunder yang sering digunakan dalam komunikasi.

 Komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu. Penataan lambang – lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi. Komunikator harus memperhitungkan sifat media yang digunakan penentuan media yang akan dgunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Setiap media memiliki sifat dan citi tertentu yang hanya efektif dan efesien untuk dipergunakan bagi suatu penyampaian pesan.

1. **Proses Komunikasi Linear**

 Istilah linear mengandung makna lurus, jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi proses secara linear adalah proses penyampian pesan oleh komunikatorkepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linear berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*)

 Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecualib komunikasi melalui media telepo. Komunikasi melaui telepon hampir tidak pernah berlangsung secara linear, melaikan dialogis, tanya jawab dalam bentuk percakapan.

 Oleh karena komunikasi bermedia, khusus nya media massa yakni surat kabar, radio siaran, televisi siaran dan film teatrikal bersifat linear maka para komunikator media massa seperti wartawan, penyiar radio, reporter televisi dan sutradara film, menunjukan perhatiannya yang sangat besar terhadap masalah ini. Dengan perencanaan komunikasi (*communication planning*) yang seksama mereka berupaya agar pesan – pesan komunikasinya oleh khalayak sebagai komunikannya dapat diterima dengan baik. Hal ini disebabkan para komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan terhadap pesan – pesan komunikasi nya yang diterima itu.

1. **Proses Komunikasi Sirkular**

 Proses komunikasi sirkular adalah terjadinya feedback atau umpan balik atau terjadinya arus dari komunikan terhadap komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah *response* tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator.

 Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting, karena terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan lain apakah umpan baliknya itu posotif atau negatif. Dalam komunikasi tatap muka komunikator akan mengetahui tanggapan komunikanpada saat ia sedang melontarkan pesannya. Umpan balik jenis ini dinamakan *immdeiated feedback* (umpan balik langsung)

**2.1.4. Tujuan Komunikasi**

Menurut **Onong Uchjana Effendy**, tujuan dari komunikasi adalah:

1. **Perubahan sikap (*attitude change*)**
2. **Perubahan pendapat (*opinion change*)**
3. **Perubahan perilaku (*behavior change*)**
4. **Perubahan social (*social change*). (Effendy, 2003: 8)**

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut **Cangara Hafied** dalam bukunya ***Pengantar Ilmu Komunikasi*** adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

1. **Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.**

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

1. **Memahami orang**

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

1. **Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain**

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

1. **Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu**

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

***2.2 Public Relations***

**2.2.1. Definisi *Public Relations***

 *Public Relations* di Indonesia sering diartikan sebagai “Hubungan Masyarakat”. Semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak pada dasarnya disebut hubungan masyarakat. Namun sebenarnya pengertian ini tidak terlalu tepat meskipun tidak sepenuhnya salah.. *Public Relations* atau hubungan masyarakat merupakan bagian yang penting keberadaanya dalam sebuah organisasi baik perusahaan maupun instansi (pemerintahan / swasta). *Public Relations* mempunyai peranan atau fungsi dalam menciptakan kerjasama antara dua pihak atau lebih, menjalin hubungan yang harmonis serta membentuk dan mendukung kegiatan perusahaan.

 Public Relations adalahh bagian dari suatu manajemen yang berfungsi untuk menilai sikap publik, menjelaskan kebijakan dan tata cara seseorang atas organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan sesuatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

 Menurut para pakar hingga saat ini belum terdapat Consensus tentang definisi dari PR / Humas. Ketidakpastian tersebut disebabkan oleh beragamnya definisi Public Relations yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun Profesionnal Public Relations / Humas didasari perbedaan latar belakang. Misalnya definisi yang dilontarkan oleh akademisi perguruan tinggi akan lain bunyinya dengan yang diungkapkan oleh praktisi (Public Relations Practicioner).

 Walaupun definisi kehumasan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi pada prinsipnya danpengertiannya sama. Sebagai acuan, salah satu definisi Public Relations / Humas yang diambil dari ***The British Institute Of Public Relations*** yang dikutip oleh **Ruslan** dalam Bukunya **Manajemen Publik Relations Dan Media Komunikasi, berbunyi :**

1. ***“Public Relations activity is management of communications between an organizations and its public”***

**(aktivitas Public Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya)**

1. ***“Public Relations practice its deliberate, planned amd sustain effort tp estabilish and maintain mutual understanding between an organization and its public”***

**(praktik Public Relations adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.)**

 Definisi diatas menekankan pada pentingnya pengelolaan komunikasi oleh humas organisasi dan publiknya yang bermanfaat untuk menjaga dan saling membangun pengertian antara organisasi dan publiknya tersebut.

 Menurut **Jefkins** dalam bukunya **Public Relations** mengenai definisi Public Relations Adalah :

***Public Relations* adalah keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun kedalam, yakni antara organisasi dan publiknya, dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian. (1996:9)**

 Definisi diatas menyatakan bahwa Kegiatan Public Relations merupakan semua bentuk komunikasi yang sasarannya adalah publik yang berada didalam dan diluar organisasi dengan landasan saling pengertian sehingga tercipta hubungan yang harmonis dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik.

 Public Relations menurut **Cutlip, Center** dan **Broom** dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Dasar – Dasar Public Relations** adalah :

***Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menyatakan, membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam publik, dalam hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya organisasi atau perusahaan. (1999:34)**

 Public Relations memiliki fungsi yang sangat rumit, dalam arti mempunyai tanggung jawab yang besar dalam menyatakan kebijakan agar terbentuk hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dalam mencapai tujuannya.

 Sebagian ahli lain mendefinisikan Public Relations sebagai usaha yang dilakuakn oleh organisasi untuk menciptakan opini publik yang baiktentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan organisasi tersebut.

 Public Relations sebagai fungsi manajemen merupakan fungsi struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinyahumas bukan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi alias bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Hal tersebut menjadikan humas dapat menjalankan komunikasi dua arah secara timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan publiknya.

 Definisi *Public Relations* menurut **Harlow** yang dikutip **Ruslan** dalam buku **Manajemen Humas Dan Manajemen Perusahaan** adalah :

***Public Relations* adalah manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerjasama, melibatkan dalam persoalan / permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak secara sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan, menggunakan penelitian secara teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (2001:17)**

 Definisi diatas menunjukan bahwa Public Relations menekankan pada fungsi manajemen. Hal ini menunjukan bahwa Public Relations erat kaitannya dengan manajemen, dalam arti di dalam suatu sistem manajemen, terhadap kegiatan Public Relations yang mempunyai kontribusi yang sangat penting untuk membantu dan memanfaatkan kegiatan manajemen dalam hal - hal yang berkaitan dengan upaya untuk menilai sikap publik terhadap organisasinya. Hal ini memberikan konsekuensi bahwa *Public Relations* merupakan hal yang harus terlembaga atau institusional.

**2.2.2. Ciri – Ciri *Public Relations***

 Dalam suatu perusahaan atau organisasi humas harus mempunyai kinerja yang efektif. Menurut **Effendi** dalam bukunya **Hubungan Masyarakat** Fungsi kinerja humas dapat diketahui dengan melihat ciri – ciri berikut :

1. **Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.**
2. **Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.**
3. **Publik yang menjadi sasaran kegiatan *Public Relations* (Humas) adalah *Public Ekstren* dan *Public Intern.***
4. **Operasionalisasi Humas adalah Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak public. (2002:24)**

 Menjadi ciri – ciri dari Humas yang terungkap pada uraian diatas yaitu komunikasi yang terjadi antara publk eksternal maupun publik internal, yang berlangsung secara dua arah timbal balik dengan tujuan membina hubungan baikorganisasi dengan publiknya, serta dapat mencegah timbulnya *miss communications* antara pihak internal maupun pihak eksternal.

**2.2.3. Fungsi *Public Relations***

 Fungsi kegiatan Public Relations yang utama adalah melaksanakan upaya – upaya untuk menumbuhkan, memelihara dan membangun citra. Dalam hal ini citra positif dan menguntungkan tentunya, menyangkut citra mengenai suatu organisasi / perusahaan berserta Produk / kinerjanya.

 Menurut pakar *Public Relations internasional*, **Cultip & Center** serta **Canfield,** yang dikutip oleh **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen Publik Relations Dam Media Komunikasi,** merumuskan lima fungsi Public Relations sebagai berikut :

1. **Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga organisasi).**
2. **Membina hubungan yang harmonis antara badan / organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran baik internal maupun eksternal.**
3. **Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan / organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.**
4. **Melayani kepentingan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.**
5. **Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi publikasi, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2005:19)**

 Definisi diatas menjelaskan bahwa suatu kegiatan apabila dilaksanakan dengan baik dan sungguh – sungguh akan menjadi dukungan yang nyata terhadap pencapaian tujuan suatu organisasi / perusahaan beserta manajemennya. Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan dari *Public Relations* adalah pencapaian citrapositif yang telah diharapkan atau ditetapkan menyangkut upaya menumbuhkan, memelihara dan mempertahankan citra sampai ke upaya memperbaiki serta mengembalikan citra yang positif. Dalam implementasinya fungsi *Public Relations* untuk membangun pendapat umum dan menumbuh kembangkan pengertian dan persepsi khalayak.

 Fungsi *Public Relations* yaitu menciptakan hubungan baik antara organisasi / perusahaan dengan publik baik internal maupun publik eksternal. Publik internal disini diartikan sebagai karyawan yang bekerja perusahaan / organisasi tersebut, dan publik eksternal yaitu pers, lembaga – lembaga perusahaan, pemerintah, *steakholders,* dan sebagainya.Dengan hubungan tersebut diharapkan terciptanya saling pengertian dan kepercayaan serta menguntungkan bagi perusahaan / organisasi dan publiknya.

**2.2.4. Tujuan *Public Relations***

 Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* merupakan usaha untuk menciptakan dan menumbuhkan citra yang baik terhadap khalayak. Dari tugas Humas yang dijalankan pada umumnya mempunyai tujuan yang diinginkan sesuai dengan rencana awal, artinya dengan tujuan yang diinginkan senantiasa tepat sasaran. Maka seorang *Public Relations Officer* (PRO) tidak lepas dari perencanaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai agar maksimal dan tepat sasaran.

 Tujuan Hubungan Masyarakat menurut **Jefkins** Dalam Buku ***Public Relations*Untuk Bisnis adalah :**

1. **Mengubah citra umum dimata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan – kegiatan baru yang diikuti oleh perusahaan.**
2. **Meningkatkan kualitas bobot para pegawai.**
3. **Menyebarluaskan citra sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatlan pengakuan.**
4. **Memperkenalkan pengakuan perusahaan kepada masyarakat.**
5. **Mempersiapkan hubungan antara perusahaan dan khalayaknya sehubungan telah terjadi peristiwa yang mengakibatkan cekangan, kesangsian atau kesalah pahaman terhadap niat perusahaan.**
6. **Menyiapkan dan mengkoordinasikan masyarakat supaya paham terhadap rencana penertiban saham baru atau saham tambahan.**
7. **Mendidik pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk – produk perusahaan.**
8. **Meyakinkan khalayak, kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko mengambil alihkan oleh pihak – pihak lain.**
9. **Untuk menciptakan identitas perusahaan baru.**
10. **Menyebarluaskan informasi mengenai aktifitas pimpinan perusahaan atau organisasi dalam kehidupan sehari – hari.**
11. **Memastikan bahwa kegiatan – kegiatan riset produk perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang – undang dan kebijakan pemerintah yang merugikan.**
12. **Menyebarluaskan kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal. (1991:37)**

 Berdasrakan definisi diatas menjelaskan bahwa selain menciptakan, memelihara dan memperbaiki citra, humas pun mempunyai tujuan lain yaitu seorang humas harus bisa menciptakan identitas perusahaan baru kepada masyarakat atau khalayak agar mendapatkan simpatik atau pengakuan dari khalayak, maka dari itu humas sangat dituntut untuk bisa menyampaikan informasi yang benar mengenai perusahaan dan bisa menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan atau organisasi dengan khalayak serta bisa bekerja sama satu sama lainnya.

**2.2.5. Peranan *Public Relations***

 Perkembangan Profesionalisme berkaitan dengan pengembangan peranan humas, baik sebagai personal maupun professional. Dalam suatu organisasi atau perusahaan menurut Dozier Dan Brown yang dikutip Ruslan dalam Manajemen Humas Dan Media Komunikasi (Konsepsi & Aplikasi) peranan humas merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi Public Relations dan komunikasi organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi PRO (Pejabat Humas) dan pencapaian professionalisme dalam Public Relations.

 Sementara itu **Kasali,** Dalam **Manajemen *Public Relations*** berpendapat bahwa peranan *Public Relations* dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu :

1. **Penasehat ahli (Expert Prescriber)**
2. **Fasilitator komunikasi (Communications Fasilitator)**
3. **Fasilitator proses pemecahan masalah (Problem Soving Process Fasilitator)**
4. **Teknisi komunikasi (Communication Technician). (2003:45)**

 Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam pemecahan masalah hubungan dengan publiknya.

 Dalam hal ini praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator yang membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, ia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat terciptanya saling pengertian, menghargai dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

 Peranan praktisi *Public Relations* dalam proses pemecajan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan eksekusi dalam menangani persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim yang dikoordinir praktisi PR dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi persoalan atau krisis tertentu.

**2.3 Tunarungu**

**2.3.1 Pengertian Anak Tunarungu**

 Anak tunarungu merupakan anak yang mempunyai gangguan pada pendengarannya sehingga tidak dapat mendengar bunyi dengan sempurna atau bahkan tidak dapat mendengar sama sekali, tetapi dipercayai bahwa tidak ada satupun manusia yang tidak bisa mendengar sama sekali. Walaupun sangat sedikit, masih ada sisa-sisa pendengaran yang masih bisa dioptimalkan pada anak tunarungu tersebut. Berkenaan dengan tunarungu, terutama tentang pengertian tunarungu terdapat beberapa pengertian sesuai dengan pandangan dan kepentingan masing-masing.

Menurut **Andreas Dwidjosumarto** yang dikutip oleh **Sutjihati Somantri**, dalam buku **Psikologi Anak Luar Biasa** mengemukakan bahwa:

**Seseorang yang tidak atau kurang mampu mendengar suara dikatakan tunarungu. Ketunarunguan dibedakan menjadi dua kategori, yaitu tuli (*deaf*) atau kurang dengar (*hard of hearing*). Tuli adalah anak yang indera pendengarannya mengalami kerusakan dalam taraf berat sehingga pendengarannya tidak berfungsi lagi. Sedangkan kurang dengar adalah anak yang indera pendengarannya mengalami kerusakan, tetapi masih dapat berfungsi untuk mendengar, baik dengan maupun tanpa menggunakan alat bantu dengar (*hearing aids*). (2007:74)**

 Istilah tunarungu diambil dari kata “tuna” dan “rungu”, tuna artinyakurang dan rungu artinya pendengaran. Orang dikatakan tunarungu apabila tidak mampu mendengar atau kurang mampu mendengar suara. Apabila dilihat secara fisik, anak tunarungu tidak berbeda dengan anak dengar pada umumnya. Pada saat berkomunikasi barulah diketahui bahwa anak tersebut mengalami tunarunguan.

Menurut pendapat **Murni Winarsih**dalam buku **Intervensi Dini Bagi Anak Tuna Rungu Dalam pemerolehan Bahasa**.bahwa tunarungu adalah :

**Suatu istilah umum yang menunjukkan kesulitan mendengar dariyang ringan sampai berat, digolongkan ke dalam tuli dan kurang dengar. Orang tuli adalah yang kehilangan kemampuan mendengar sehingga menghambat proses informasi bahasa melalui pendengaran, baik memakai ataupun tidak memakai alat bantu dengar dimana batas pendengaran yang dimilikinya cukup memungkinkan keberhasilan proses informasi bahasa melalui pendengaran**.**(2007:22)**

 Beberapa pengertian dan definisi tunarungu di atas merupakan definisi yang termasuk kompleks, sehingga dapat disimpulkan bahwa anak tunarungu adalah anak yang memiliki gangguan dalam pendengarannya, baik secara keseluruhan ataupun masih memiliki sisa pendengaran. Meskipun anak tunarungu sudah diberikan alat bantu dengar, tetap saja anak tunarungu masih memerlukan pelayanan pendidikan khusus.

**2.3.2 Karakteristik Anak Tunarungu**

 Karakteristik anak tunarungu dari segi fisik tidak memiliki karakteristik yang khas, karena secara fisik anak tunarungu tidak mengalami gangguan yang terlihat. Sebagai dampak ketunarunguannya, anak tunarungu memiliki karakteristik yang khas dari segi yang berbeda.

 Menurut **Permanarian Somad** dan **Tati Hernawati**dalam bukunya **Ortopedagogik Anak Tunarungu** mendeskripsikankarakteristik ketunarunguan dilihat dari tiga segi yaitu :

**a. Karakteristik dari segi intelegensi**

**Intelegensi anak tunarungu tidak berbeda dengan anak normal yaitu tinggi, rata-rata dan rendah. Pada umumnya anak tunarungu memiliki intelegensi normal dan rata-rata. Prestasi anak tunarungu seringkali lebihrendah daripada prestasi anak normal karena dipengaruhi oleh kemampuananak tunarungu dalam mengerti pelajaran yang diverbalkan. Namun untukpelajaran yang tidak diverbalkan, anak tunarungu memiliki perkembanganyang sama cepatnya dengan anak normal. Prestasi anak tunarungu yangrendah bukan disebabkan karena intelegensinya rendah namun karena anaktunarungu tidak dapat memaksimalkan intelegensi yang dimiliki. Aspekintelegensi yang bersumber pada verbal seringkali rendah, namun aspekintelegensi yang bersumber pada penglihatan dan motorik akan berkembang dengan cepat.**

**b. Karakteristik dari segi bahasa dan bicara**

**Kemampuan anak tunarungu dalam berbahasa dan berbicara berbeda dengan anak normal pada umumnya karena kemampuan tersebut sangat erat kaitannya dengan kemampuan mendengar. Karena anak tunarungu tidak bisa mendengar bahasa, maka anak tunarungu mengalami hambatan dalam berkomunikasi. Bahasa merupakan alat dan sarana utama seseorang dalam berkomunikasi. Alat komunikasi terdiri dan membaca,menulis dan berbicara, sehingga anak tunarungu akan tertinggal dalam tigaaspek penting ini. Anak tunarungu memerlukan penanganan khusus danlingkungan berbahasa intensif yang dapat meningkatkan kemampuanberbahasanya. Kemampuan berbicara anak tunarungu juga dipengaruhioleh kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh anak tunarungu.**

**Kemampuan berbicara pada anak tunarungu akan berkembang dengan sendirinya namun memerlukan upaya terus menerus serta latihan dan bimbingan secara profesional. Dengan cara yang demikianpun banyak darimereka yang belum bisa berbicara seperti anak normal baik suara, irama dan tekanan suara terdengar monoton berbeda dengan anak normal.**

**c. Karakteristik dari segi emosi dan sosial**

**Ketunarunguan dapat menyebabkan keterasingan dengan lingkungan. Keterasingan tersebut akan menimbulkan beberapa efeknegatif seperti: egosentrisme yang melebihi anak normal, mempunyaiperasaan takut akan lingkungan yang lebih luas, ketergantungan terhadaporang lain, perhatian mereka lebih sukar dialihkan, umumnya memiliki. (1995: 35-39)**

 Berdasarkan karakteristik anak tunarungu dari beberapa aspek yang sudah dibahas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai dampak dariketunarunguannya tersebut hal yang menjadi perhatian adalah kemampuanberkomunikasi anak tunarungu yang rendah. Intelegensi anak tunarunguumumnya berada pada tingkatan rata-rata atau bahkan tinggi, namunprestasi anak tunarungu terkadang lebih rendah karena pengaruhkemampuan berbahasanya yang rendah. Maka dalam pembelajaran disekolah anak tunarungu harus mendapatkan penanganan denganmenggunakan metode yang sesuai dengan karakteristik yang dimiliki.

**2.3.4 Klasifikasi Anak Tunarungu**

 Klasifikasi mutlak diperlukan untuk layanan pendidikan khusus. Hal ini sangat menentukan dalam pemilihan alat bantu mendengar yang sesuai dengan sisa pendengarannya dan menunjang lajunya pembelajaran yang efektif. Dalam menentukan ketunarunguan dan pemilihan alat bantu dengar serta layanan khusus akan menghasilkan akselerasi secara optimal dalam mempersepsi bunyi bahasa dan wicara.

 Menurut **Boothroyd**yang dikutip oleh**Murni Winarsih** dalam bukunya buku **Intervensi Dini Bagi Anak Tuna Rungu Dalam pemerolehan Bahasa**, klasifikasiketunarunguan adalah sebagai berikut :

**a. Kelompok I : kehilangan 15-30 dB, *mild hearing losses* atau ketunarunguan ringan; daya tangkap terhadap suara cakapan manusia normal.**

**b. Kelompok II: kehilangan 31-60, *moderate hearing losses* atau ketunarunguan atau ketunarunguan sedang; daya tangkap terhadap suara cakapan manusia hanya sebagian.**

**c. Kelompok III: kehilangan 61-90 dB, *severe hearing losses* atau ketunarunguan berat; daya tangkap terhadap suara cakapan manusia tidak ada.**

**d. Kelompok IV: kehilangan 91-120 dB, *profound hearing losses* atau ketunarunguan sangat berat; daya tangkap terhadap suara cakapan manusia tidak ada sama sekali.**

**e. Kelompok V: kehilangan lebih dari 120 dB, *total hearing losses* atau ketunarunguan total; daya tangkap terhadap suara cakapan manusia tidak ada sama sekali. Selanjutnya Uden (dalam Murni Winarsih, 2007:26) membagi klasifikasi ketunarunguan menjadi tiga, yakni berdasar saat terjadinya ketunarunguan, berdasarkan tempat kerusakan pada organ pendengarannya, dan berdasar pada taraf penguasaan bahasa**.**(2007:23)**

1. Berdasarkan sifat terjadinya

a. Ketunarunguan bawaan, artinya ketika lahir anak sudah mengalami/menyandang tunarungu dan indera pendengarannya sudah tidak berfungsi lagi.

b. Ketunarunguan setelah lahir, artinya terjadinya tunarungu setelah anak lahir diakibatkan oleh kecelakaan atau suatu penyakit.

2. Berdasarkan tempat kerusakan

a. Kerusakan pada bagian telinga luar dan tengah, sehinggamenghambat bunyi-bunyian yang akan masuk ke dalam telingadisebut Tuli Konduktif.

b. Kerusakan pada telinga bagian dalam sehingga tidak dapatmendengar bunyi/suara, disebut Tuli Sensoris.

3. Berdasarkan taraf penguasaan bahasa

a. Tuli pra bahasa (*prelingually deaf*) adalah mereka yang menjadi tulisebelum dikuasainya suatu bahasa (usia 1,6 tahun) artinya anakmenyamakan tanda (*signal*) tertentu seperti mengamati, menunjuk,meraih dan sebagainya namun belum membentuk system lambang.

b. Tuli purna bahasa (*post lingually deaf*) adalah mereka yang menjadituli setelah menguasai bahasa, yaitu telah menerapkan danmemahami system lambang yang berlaku di lingkungan. Klasifikasi dalam dunia pendidikan diperlukan untukmenentukanbagaimana intervensi yang akan dilakukan lembaga terkait. Ada banyakjenis klasifikasi termasuk yang sudah dipaparkan di atas. Klasifikasi di atas merupakan jenis klasifikasi yang membagi tunarungu menjadi beberapa kelompok sesuai dengan kehilangan pendengarannya dan tempat terjadi kerusakan.

 Klasifikasi memudahkan untuk menentukan dan memfokuskan subjek dalam penelitian ini. Subjek dalam penelitian ini termasuk dalam klasifikasi ketunarunguan bawaan, ketika lahir anak sudah mengalami ketunarunguan sehingga intervensi yang lambat mempengaruhi kemampuan berbahasa anak tunarungu.

**2.4. Pengertian Sekolah Luar Biasa (SLB)**

 Pengertian Sekolah Luar Biasa Pendidikan Luar Biasa atau Sekolah Luar Biasa (SLB) merupakan pendidikan bagi peserta didik yang memiliki tingkat kesulitan dalam mengikuti proses pembelajaran karena kelainan fisik, emosional, mental sosial, tetapi memiliki potensi kecerdasan dan bakat istimewa.

 Dalam ***Encyclopedia of Disability*** tentang pendidikan luar biasa dikemukakan sebagai berikut**: “*Special education means specifically designed instruction to meet the unique needs of a child with disability*”**. Pendidikan luar biasa berarti pembelajaran yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan yang unik dari anak kelainan fisik.

 Ketika seorang anak diidentifikasi mempunyai kelainan, pendidikan luar biasa sewaktu-waktu diperlukan. Hal itu dikemukakan karena siswa berkebutuhan pendidikan khusus tidak secara otomatis memerlukan pendidikan luar biasa. Pendidikan luar biasa akan sesuai hanya apabila kebutuhan siswa tidak dapat diakomodasi dalam program pendidikan umum. Singkat kata, pendidikan luar biasa adalah program pembelajaran yang disiapkan untuk memenuhi kebutuhan unik dari individu siswa. Mungkin mereka memerlukan penggunaan bahan-bahan, peralatan, layanan, dan/atau strategi mengajar yang khusus. Sebagai contoh, seorang anak yang kurang lihat memerlukan buku yang hurufnya diperbesar, seorang siswa dengan kelainan fisik mungkin memerlukan kursi dan meja belajar yang dirancang khusus, seorang siswa dengan kesulitan belajar mungkin memerlukan waktu tambahan untuk menyelesaikan pekerjaannya. Contoh yang lain, seorang siswa dengan kelainan pada aspek kognitifnya mungkin akan memperoleh keuntungan dari pembelajaran kooperatif yang diberikan oleh satu atau beberapa guru umum bersama-sama dengan guru pendidikan luar biasa. Pendidikan luar biasa merupakan salah satu komponen dalam salah satu sistem pemberian layanan yang kompleks dalam membantu individu untuk mencapai potensinya secara maksimal.

 Pendidikan luar biasa diibaratkan sebagai sebuah kendaraan dimana siswa berkebutuhan pendidikan khusus, meskipun berada disekolah umum, diberi garansi untuk mendapatkan pendidikan yang secara khusus dirancang untuk membantu mereka mencapai potensi maksimalnya.

 Pendidikan luar biasa tidak dibatasi oleh tempat khusus. Pemikiran modern menyarankan bahwa layanan sebaiknya diberikan di lingkungan yang lebih alamiah dan normal yang sesuai dengan kebutuhan anak. Seting seperti itu bisa dilakukan dalam bentuk program layanan di rumah bagi anak-anak berkebutuhan pendidikan khusus prasekolah, kelas khusus di sekolah umum, atau sekolah khusus untuk siswa-siswa yang memiliki keberbakatan. Pendidikan luar biasa bisa diberikan di kelas-kelas pendidikan umum. Individu-individu berkebutuhan pendidikan khusus hendaknya dipandang sebagai individu yang sama bukannya berbeda dari temanteman sebaya lainnya.

**2.4.1 Macam-Macam Sistem Pendidikan**

 SLB Ditinjau dari tempat sistem pendidikannya, layanan pendidikan bagi anak tunarungu dikelompokkan menjadi sistem segregasi dan integrasi atau terpadu:

* + 1. Sistem Pendidikan Segregasi Sistem pendidikan dimana anak berkelainan terpisah dari sistem pendidikan anak normal. Penyelenggaraan sistem pendidikan segregasi dilaksanakan secara khusus dan terpisah dari penyelenggaraan pendidikan untuk anak normal. Keuntungan sistem pendidikan segregasi, yaitu:

 1) Rasa ketenangan pada anak luar biasa.

2) Komunikasi yang mudah dan lancar.

3) Metode pembelajaran yang khusus sesuai dengan kondisi dan kemampuan anak.

4) Guru dengan latar belakang pendidikan luar biasa.

5) Sarana dan prasarana yang sesuai

Kelemahan sistem pendidikan segregasi, yaitu:

1) Sosialisasi terbatas.

2) Penyelenggaraan pendidikan yang relatif mahal.

* + 1. Sistem Pendidikan Integrasi Sistem pendidikan luar biasa yang bertujuan memberikan pendidikan yang memungkinkan anak luar biasa memperoleh kesempatan mengikuti proses pendidikan bersama dengan siswa normal agar dapat mengembangkan diri secara optimal. Keuntungan sistem integrasi, sebagai berikut:

1) Merasa diakui haknya dengan anak normal terutama dalam memperoleh pendidikan.

2) Dapat mengembangkan bakat, minat dan kemampuan secara optimal.

3) Lebih banyak mengenal kehidupan orang normal.

4) Mempunyai kesempatan untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi.

5) Harga diri anak luar biasa meningkat.

**2.4.2 Jenis-Jenis Sekolah Luar Biasa (SLB)**

 SLB atau Sekolah Luar Biasa adalah sekolah yang diperuntukkan untuk anak-anak yang memiliki kebutuhan khusus yang tidak dapat disandingkan dengan anak-anak lainnya. Sekolah Luar Biasa (SLB) terdiri dari beberapa jenis atau macam, yaitu:

 a. SLB bagian A yaitu SLB khusus untuk penderita tunanetra.

b. SLB bagian B yaitu SLB khusus untuk penderita tunarungu.

c. SLB bagian C yaitu SLB khusus untuk penderita tunagrahita.

d. SLB bagian D yaitu SLB khusus untuk penderita tunadaksa.

e. SLB bagian E yaitu SLB khusus untuk penderita tunalaras.

f. SLB bagian G yaitu SLB khusus untuk penderita tunaganda.

**2.4.3 Sekolah Luar Biasa Tunarungu YAPMI (SLB-B)**

 SLB bagian B, yaitu lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan pendidikan secara khusus untuk peserta didik yang menyandang kelainan pada pendengaran (Tunarungu).

 SLB YAPMI merupakan lembaga pendidikan dengan model layanan pendidikan berupa sekolah khusus (SLB), yang menyelenggarakan program pendidikan bagi anak kebutuhan khusus. Diantaranya :

1. Anak yang mengalami hambatan pendengaran dan bicara
2. Anak yang mengalami hambatan intelegensi
3. Anak yang mengalami hambatan gerak
4. Anak yang mengalami hambatan perilaku, sosial dan interaksi
	* 1. **Kerangka Pemikiran**

 Kerangka pemikiran merupakan landasan berpikir yang memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari awal hingga akhir kemudian akan dijadikan asumsi dan memungkinkan terjadinya penalaran terhadap masalah yang diajukan. Pada penelitian karena fokus penelitian adalah bagaimana pola komunikasi non verbal yang berlangsung.

Kerangka pemikiran ini menjelaskan aspek teoritis secara garis besar yang digunakan peneliti untuk memecahkan masalah dalam kasus kali ini, ada beberapa kaitan teori yang digunakan oleh peneliti.

 Komunikasi adalah dasar dari setiap usaha manusia, dengan berkomunikasi manusia ingin membagi apa yang dirasakan dan diketahuinya. Sejak adanya peradaban manusia sampai sekarang ini dan terus berkembang dan semakin yang penting, dimana dalam berkomunikasi telah terjadi proses penyesuaian diri manusia dengan lingkungannya agar dapat menguasai keadaan.

 Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah **Teori Komunikasi Non Verbal dan Semiotika**  sebagai teori pendukung.

**2.5.2 Komunikasi Non Verbal**

 Secara garis besar terdapat terdapat dua sifat komunikasi yakni komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa, khususnya menggunakan lisan, sementara komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol – simbol, bahasa tubuh ataupun tanda – tanda yang dianggap merepsresntasikan isi pesan yang hendak disampaikan.

Menurut pendapat **Muhammad Budyatna** dan **Leila Mona Ganiem** dalam buku **Teori Komunikasi Antarpribadi** bahwa:

**Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. (Budyatna, 2011, 110)**

 Kita mempresepsi orang lain tidak hanya dari bahasa verbal yang digunakan tetapi dilihat juga dari perilaku non verbalnya, **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menjelaskan komunikasi non verbal sebagai berikut :

**Perilaku atau isyarat non verbal lebih berpengaruh dari pada pesan verbal. Salah satu alasannya bahwa isyarat non verbal memberikan informasi mengenai tujuan dan respon emosional seseorang. Alasan lain adalah kepercayaan umum bahwa gerakan tubuh dan ekspresi wajah tidak dapat dibuat – buat. (2008:114-115)**

 Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya yang dikemas dalam bentuk simbol ataupun tanda – tanda. Komunikasi non verbal biasanya terjadi bila komunikasi verbal kurang signifikan atau kurang mampu merepresentasikan makna yang akan disampaikan, sehingga pihak yang mengirimkan pesan lebih memilih pesan non verbal sebagai sarana mensibtitusi pesan verbal sekaligus mempertegas maknayang ingin disampaikan kepada pihak yang menerima pesan.

 Menurut **Mark L.Knapp** yang dikutip oleh Dedy Mulyana dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menjelaskan bahwa :

**Istilah non verbal yang biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata – kata terucap dan tertulis. Pada saaat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku non verbal yang ditafsirkan melalui simbol – simbol verbal**

 Tidak ada struktur yang pasti, tetap dan dapat diramalkan mengenai hubungan antara komunikasi verbal dan non verbal. Keduanya dapat berlangsung spontan dan serempak. Akan tetapi, kita dapat menemukan setidak nya tiga perbedaan poko antara komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. *Pertama,* sementara perilaku verbal adalah saluran tunggal, perilaku non verbal bersifat multisaluran. Kata- kata datang adri sumber, misalnya yang diucapkan orang, yang kita baca dalam media cetak, tetapi isyarat non verbal dapat dilihat, didengar, dirasakan dan beberapa isyarat boleh jadi berlangsung secara simultan.

 *Kedua,* pesan verbal terpisah – pisah sedangkan pesan non verbal bersinambung. Artinya orang dapat mengawali dan mnegakhiri pesan verbal kapanpun ia menghendakinya, sedangkan pesan non verbal tetap mengalir sepanjang ada orang yang hadir didekatnya. Mislnya ketika komunikator menceritakan kisah dan meminta pendapat terhadap cerinta, tetapi komunikan tidak menjawab dengan pesan verbal karena tertidur. “Bukankah tidur juga merupakan suatu pendapat?”. Bahwa terdapat *expression given and expression off*, yang pertama merupakan komunikasi verbal, yang kedua komunikasi non verbal terlepas dari apakah hal itu disengaja atau tidak.

 Perbedaan *Ketiga,* komunikasi non verbal mengandung lebih banyak muatan emosional dari pada komunikasi verbal. Sementara kata – kata umumnya digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan atau keadaan, pesan non verbal lebih potensial untuk menyatakan perasaan seseorang yang terdalam sekalipun seperti rasa sayang dan rasa sedih.

**2.5.1.1 Klasifikasi Pesan Non Verbal**

 Menurut Ray L Birdwhistell: 65% komunikasi tatap muka adalah non verbal sedangkan menurut Albert Mehrebian: 93% semua makna sosial dalam komunikasi tatap muka adalah isyarat non verbal. Dalam komunikasi tingkat kepercayaan dari pembicaraan: 7% berasal dari bahasa verbal, 38% berasal dari vokal suara, 55% berasal dari ekspresi wajah

Kemudian **Larry A. Samovar** dan **Richard E. Porter** yang dikutip oleh **Deddy Mulyana** mengungkapkan bahwa:

**Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.”(2008:308)**

Menurut **Jurgen Ruesch** yang dikutip oleh **Deddy Mulyana**, dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengungkapkan bahwa:

**Klasifikan isyarat nonverbal dibagi menjadi 3 bagian. Pertama, bahasa tanda (*sign language*) seperti acungan jempol untuk menumpang mobil secara gratis dan bahasa isyarat tuna rungu. Kedua, bahasa tindakan (*action language*) seperti semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal, misalnya berjalan. Dan ketiga, bahasa objek (*object language*) seperti pertunjukan benda, pakaian, dan lambang nonverbal yang bersifat publik lainnya seperti ukuran ruangan, bendera, gambar (lukisan), musik (misalnya marching band), dan sebagainya, baik secara sengaja maupun tidak. (Mulyana, 2005, 317)**

Dari penjelasan mengenai klasifikasi pesan nonverbal di atas maka peneliti mengangkat subfokus sebagai berikut:

1) Bahasa tanda atau *sign language* adalah isyarat-isyarat yang digunakan dalam komunikasin nonverbal. Contohnya seperti acungan jempol untuk menumpang mobil secara gratis dan bahasa isyarat tuna rungu.

2) Bahasa tindakan atau *action language* adalah semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal. Contohnya seperti berjalan.

3) Bahasa objek atau *object language* adalah benda, pakaian, dan lambang nonverbal yang bersifatpublik. Contohnya seperti ukuran ruangan, bendera, gambar (lukisan), musik (misalnya marching band), dan sebagainya, baik secara sengaja maupun tidak.

**2.5.1.2 Fungsi Non Verbal**

 Salah satu fungsi komunikasi non verbal pada umumnya adalah untuk menggantikan komunikasi verbal. **Knapp** yang dikutip **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** menyebut lima fungsi komunikasi non verbal :

1. **Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya menggelengkan kepala.**
2. **Subtitusi, yaitu lambang – lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berkata, kita menunjukan persetujuan dengan mengangguk-anggukan kepala.**
3. **Kontradiksi, yaitu menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya ketika anda sambil memuji sekaligus mencibir.**
4. **Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal. Misalnya air muka anda menunjukan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata – kata.**
5. **Aksestuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinnya. Misalnya anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.**

Sedangkan menurut **Paul Ekman** yang dikutip oleh **Dedy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyebutkan lima fungsi pesan non verbal yakni sebagai berikut :

1. ***Emblem.* Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan “saya tidak sungguh – sugguh”.**
2. ***Ilustrator.* Pandangan kebawah dapat menunjukan depresi atau kesedihan.**
3. ***Regulator.* Kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidak sediaan berkomunikasi.**
4. **Penyesuai. Kedipan yang cepat meningkat ketika orang berada dalam tekanan. Itu merupakan respons tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.**
5. ***Affect Display.* Pembesaran manik mata (*pupil dilation*) menunjukan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukan perasaan takut, terkejut atau senang.**

Fungsi pesan non verbal ialah untuk menguatkan pesan verbal. Oleh karena itu baik pesan verbal maupun non verbal bagaikan dua sisi mata uang. Selain makna yang dihasilkan nya cepat dan mudah, pesan non verbal juga dapat meningkatkan pemahaman target komunikan secara langsung.

1. **Bahasa Tubuh**

Menurut **Ray L. Birdwhistell** yang dikutip oleh **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, menjelaskan bahwa :

**Setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pandangan mata), tangan , kepala , kaki dan bahkan tubuh secara keseluruhan dapat digunakan sebagai isyarat simbolik. (2008:353)**

1. **Isyarat tangan:**

Sering dipakai untuk menyertai ucapan masing - masing daerah/ negara berbeda meskipun ada gerakan yang sama. Dapat terjadi miss persepsi jika tidak memahami makna kultural

1. **Gerakankepala**

Misal: menggeleng, mengangguk

1. **Postur tubuh dan posisi kaki**,

 Sering bersifat simbolik.Misalnya orang yang bertubuh tinggi besar macho. Posisi kaki (duduk) sering dimaknai berbeda.

4. **Ekspresi wajah dan tatapan mata**

 Perilaku non verbal yang paling banyak berbicara adalah: ekspres wajah, mimi kmuka, guratan air muka. Andilw ajah dalam komunikasi: 55%. Sehingga ada yang mengatakan bahwa ekspresi wajah dapat diketahui emosi seseorg. Ada tujuh hal universal yang dapat dikumonikasikan melalui ekspresi wajah, yaitu: kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, kejutan, kemarahan, menjijikkan dan ketertarikan

1. **Tatapan Mata, Kontak Mata**

Mata adalah alat untuk kita menerima pesan–pesan visual sehingga kita cenderung menggunakan mata sebagai alat untuk mengumpulkan informasi daripada sebagai alat pengirim informasi.

 Menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** ada dua fungsi kontak mata yaitu :

**Pertama, fungsi pengatur, untuk memberi tahu orang lain apakah anda akan melakukan hubungan dengan orang lain atau menghindarinya. Kedua, fungsi ekspresif memberitahu orang lain bagaimana perasaan anda terhadapnya. Pria menggunakan lebih banyak kontak mata dengan orang yang mereka sukai meskipun menurut penelitian, perilaku ini kurang ajeg dikalangan wanita. (2008:373)**

1. **SENTUHAN**

 Studi tentang sentuh – menyentuh disebut hapitika (*haptics*). Sentuhan , seperti foto adalah perilaku non verbal yang multi makna , dapat menggantikan seribu kata. Kenyataannya sentuhan ini bisa merupakan tamparan, pukulan, cubitan, senggolan, tepukan, belaian, pelukan, pegangan (jabat tangan), rabaan hingga sentuhan sekilas.

 Menurut **Heslin** yang dikutip oleh **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,** terdapat lima kategori sentuhan yang merupakan suatu rentang dari sangat impersonal hingga yang sangat personal. Kategori – kategori tersebut adalah sebagai berikut :

**1.Fungsional-fungsional, sentuhan bersifat dingin dan berorientasi bisnis, misalnya pramuniaga membantu pembeli memilihkan pakaian**

**2.Sosial-sopan, membangun dan memperteguh pengharapan, aturan dan praktik sosial yg berlaku, misalnya jabat tangan.**

**3. Persahabatan-kehangatan, meliputisetiapsentuhanyangmenandakanafeksiatauhubungan akrab, misalnya salingmerangkul.**

**4. Cinta-keakraban**

**Menunjukepada sentuhanyangmenyatakanketerikatan emosional, misalnya ciumpipipada orangtua. (2008:380)**

1. **Parabahasa**

 Parabahasa atau vokalika (*vocalics*) merujuk pada aspek – aspek suara, selain ucapan dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara nada (tinggi atau rendah), intensitas (*Volume*) suara, intonasi, kualitas vokal (kejelasan), warna suara, diaelek, suara dan lain sebagainya. Suara tersebut mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita.

 Parabahasa menyumbang tiga puluh delapan persen keberhasilan komunikasi parabahasa juga disebut jiga isyarat – isyarat vokal, dapat memberi informasi tentang rasa percaya diri dan penguasaan pengetahuan, misalnya penggunaan kata uhm, ehm ataupun mampir.

**2.5.3. Definisi Semiotika**

Semiotika berasal dari kata yunani, yaitu: *semeion* yang berarti tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif, mampu menggantikan suatu yang lain (*stand for something else*) yang dapat dipikirkan atau dibayangkan. Manusia melalui kemampuan akalnya berupaya berinteraksi dengan menggunakan tanda sebagai alat untuk berbagai tujuan, salah satu tujuan tersebut adalah untuk berkomunikasi dengan orang lain sebagai bentuk adaptasi dengan lingkungan.

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign*. Tanda digunakan oleh manusia untuk menggambarkan suatu hal. Komunikasipun berawal dari tanda, karena di dalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, maka akan mempermudah seseorang dalam berkomunikasi, karena tanda merupakan sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan interaksi. Apabila di dunia ini tidak ada tanda, maka tidak akan tercipta komunikasi. Untuk menemukan makna dibalik setiap tanda dalam karikatur tersebut, maka peneliti menggunakan analisis semiotika **Charles Sanders Peirce** dalam penelitian ini.

Tanda-tanda adalah segala sesuatu yang kita gunakan dalam upaya mencari jalan di dunia ini, di tengah manusia dan bersama-sama manusia. Posisi semiotika dalam ilmu komunikasi berada pada konsep komunikasi model konstitutif, dimana komunikasi merupakan hal utama yang menjelaskan berbagai faktor lainnya. Semiotika/semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia memaknai hal-hal yang terdapat di dalam alamnya. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan.

Tanda merupakan sarana utama dalam komunikasi. Dalam buku **AnalisisTeks Media** dari **Sobu**r, ditegaskan **Peirce** yaitu : “**Kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda. Sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi” (2001:124).**

Lebih lanjut dalam buku **Semiotika Komunikasi** yang dikutip oleh **Sobur, Peirce** mengatakanbahwa :

**Suatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi oleh Peirce disebut ground. Konsekuensinya, tanda (sign atau representamen) selalu terdapat dalam hubungan triadik yakni *ground, object, interpretant* (2003:41)**

Peran besar subjek dalam proses transformasi bahasa terlihat dalam model triadik yang digunakan Peirce (*Ground/Representment* + *Object* + *Interpretant* = Sign). Peran subjek dalam menghasilkan makna pada tingkat komunikator adalah dalam pemilihan *ground* atau *representmen* untuk menjelaskan suatu konsep. Dalam model ini terlihat bahwa suatu penanda dan objek yang ditandai baru bisa menjadi tanda setelah melewati proses pemaknaan yang dilakukan oleh si pemakna (*interpretant*). *Interpretant* bukanlah pengguna tanda, namun Peirce menyebutnya sebagai efek pertandaan yang tepat. Yaitu konsep mental yang dihasilkan baik oleh tanda maupun pengalaman pengguna terhadap objek.

Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.

Elemen pemaknaan dari Peirce dapat digambarkan dengan model sebagai berikut:

**Gambar 1.1 :** Unsur makna dari **Peirce**

 ***Representment***

 ***Interpretant Object***

Semiotika yang dikembangkan oleh Peirce dikenal dengan nama semiotika komunikasi. Semiotika komunikasi berasal dari aliran pemikiran pragmatisme. Berbeda dari pemikiran Saussure yang lebih mengutamakan struktur pada bahasa, Peirce lebih cenderung kepada filsafat yang mementingkan *agency* atau subjek manusia yang menggunakan struktur tersebut. Dengan diperhitungkannya *interpretant* atau penafsir dalam produksi tanda, maka - makna yang dihasilkan dari tanda tersebut tidaklah homogen.

 Menurut Pierce *representment* ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.*representment* akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Pierce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotic.

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**POLA KOMUIKASI NON VERBAL PADA SISWA TUNARUNGU DI SLB FADHILAH RANCAEKEK**

***Object***

**Representasi Komunikasi Non Verbal Siswa Tuna Rungu**

#### Semiotika – Charles Sanders Pierce

***Representment***

***Interpretant***

**Rumusan Masalah :**

**Bagaimana Analisis Semiotika Pada Film “Now You See Me”**

**Teori Komunikasi Non Verbal**

**Jurgen Ruesch**