**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan kegiatan mutlak yang di lakukan seluruh umat manusia selama mereka masih hidup di dunia, karena manusia sebagai makhluk sosial perlu saling interaksi. Komunikasi di lakukan untuk menyampaikan pesan kepada orang – orang yang melakukan komunikasi dengan harapan orang tersebut memiliki persepsi yang sama dengan kita, dengan kata lain, komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Manusia merupakan makhluk sosial. Dalam kehidupan sehari-harinya setiap manusia pasti melakukan komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya. Komunikasi menjadi faktor yang penting dalam kehidupan manusia yaitu sebagai proses berinteraksi dan bertukar informasi antara satu individu dengan individu lainnya. Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, non verbal, langsung dan tidak langsung.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu halnya bagi suatu perusahaan, dengan adanya komunikasi yang baik, suatu perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Kurang atau tidaknya komunikasi dapat macet atau berantakan, kerjasama dalam komunikasi sangatlah penting artinya bagi manusia, jelas tanpa komunikasi tidak terjadi interaksi dan tidak terjadi saling tukar pengetahuan, peradaban, dan kebudayaan. Karena disini manusia merupakan makhluk sosial, dimana dalam kehidupan sehari-harinya manusia tidak bisa hidup tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Jika kita berbicara mengenai komunikasi alangkah baiknya kita mengetahui apa arti dari komunikasi itu sendiri. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, dan komunikasi itu sendiri terjadi secara berkesinambungan, baik disengaja maupun tidak disengaja.

Ada dua hal yang terjadi ketika komunikasi berlangsung yaitu penciptaan makna dan penafsiran makna. Tanda yang disampaikan bisa berupa verbal diartikan dengan penggunaan kata-kata sebagai pesan, dan non verbal diartikan sebagai komunikasi dengan tanda-tanda selain kata-kata atau bahasa.

Komunikasi juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra atau *image* yang baik terhadap diri pribadi atau personal maupun suatu instansi di mata publik. Salah satu bentuk dari ilmu komunikasi adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas). Tugas seorang *Public Relations* tidak hanya menjadi pemanis bagi citra personal seseorang ataupun suatu perusahaan, tetapi mereka harus sanggup dalam menghadapi masalah-masalah yang ada. Pada garis besarnya aktifitas *Public relations* terbagi menjadi dua bagian yaitu hubungan ke dalam *(internal relations)* dan hubungan ke luar*(eksternal relations).*

Salah satu profesi yang tidak terlepas dari proses komunikasi ialah *Public Relations*. Keberadaan *Public Relations* dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan *Public Relation* adalah untuk menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak yakni lembaga dengan publiknya.

Sosialisasi merupakan proses belajar seseorang menuju pembentukan kepribadian melalui pemahaman mengenai kesadaran terhadap peran diri yang dijalankan dan peran yang dijalankan orang lain. Sosialisasi juga dapat dimaknai sebagai suatu proses di mana individu mulai menerima dan menyesuaikan diri dengan unsur-unsur kebudayaan (tradisi, perilaku, bahasa, dan kebiasaan-kebiasaan) masyarakat, yang dimulai dari lingkungan keluarganya dan kemudian meluas pada masyarakat luas, lambat laun dengan keberhasilan penerimaan atau penyesuaian tersebut, maka individu akan merasa menjadi bagian dari keluarga atau masyarakat.

Pada dasarnya, setiap manusia melakukan proses sosialisasi dari lahir hingga meninggalnya. Manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa mempunyai kecenderungan untuk hidup bersama dalam suatu bentuk pergaulan hidup yang disebut masyarakat. Di dalam kehidupan masyarakat, manusia dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya melalui suatu proses. Proses penyesuaian diri terhadap masyarakat dalam sosiologi dinamakan proses sosialisasi.

Sosialisasi yang dilakukan oleh SLBN Kapten Halim Purwakarta mengenai anak bekebutuhan khusus (ABK) merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Mengingat para orang tua terkadang malu untuk menyekolahkan anaknya yang berkebutuhan khusus. Dalam rangka menjaring para orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus, SLBN Kapten Halim Purwakarta mengadakan sosialisasi tersebut. Agar tumbuhnya pengetahuan para orang tua mengenai anak berkebutuhan khusus dan juga pola pembelajaran didalam sekolah luar biasa (SLB).

Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

Minat merupakan keadaan dimana seseorang menunjukkan keinginan ataupun kebutuhan yang ada dalam dirinya, hal tersebut dapat terlihat dari ciri-ciri yang nampak pada diri mereka dan ciri tersebut memunculkan arti yang terkadung didalamnya. Sardiman, menyatakan bahwa “minat timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalaman, kebiasaan pada waktu belajar untuk bekerja”. Dengan demikian minat akan selalu berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, para orang tua harus diberikan pengetahuan agar tumbuhnya minat dalam diri mereka.

Rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Sehingga minat itu merupakan suatu dorongan yang timbul karena adanya perasaan senang terhadap sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang di rangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Minat tersebutlah yang menjadi sasaran pihak SLBN Kapten Halim Purwakarta. Dalam usaha menumbuhkan minat para orang tua, SLBN Kapten Halim Purwakarta, mencoba melalukan sosialisasi kepada para orang tua mengenai dunia anak berkebutuhan khusus. Usaha ini dilakukan agar orang tua tidak memasukan anaknya kedalam sekolah umum, atau bahkan tidak menyekolahkan anaknya.

Dalam ketentuan umum UU Sisdiknas tahun 2003 pasal 1 ayat 1 dikemukakan bahwa proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya, kecerdasan, ahlak mulia, serta keterampilan, yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara. Bertitik tolak dari tujuan itulah setiap lembaga pendidikan termasuk di dalamnya Sekolah Luar Biasa hendaknya bergerak dari awal hingga akhir sampai titik tujuan suatu proses pendidikan, yang pada akhirnya dapat mewujudkan terjadinya pembelajaran sebagai suatu proses aktualisasi potensi peserta didik menjadi kompetensi yang dapat dimanfaatkan atau digunakan dalam kehidupan

Di balik fungsi dan peranan sekolah yang sangat esensial bagi perkembangan pribadi peserta didik, masyarakat dan bangsa, serta tingginya harapan masyarakat terhadap sekolah ada satu realita yang masih jauh dari apa yang diharapkan oleh masyarakat. Dengan kata lain lembaga – lembaga sekolah masih berkualitas rendah dan belum dapat memenuhi harapan masyarakat. Hal itu tercermin dari rendahnya kualitas lulusan sekolah yang diekspresikan dengan menganggurnya siswa-siswa yang telah lulus sekolah. Bahkan dalam realita keseharian terlihat para lulusan yang belum dapat hidup mandiri untuk mengatasi persoalan kehidupannya sehari-hari. Hal ini sebagai cerminan masih rendahnya kualitas sumber daya manusia sebagai output pendidikan di Sekolah Luar Biasa.

Pengetahuan yang kurang dari para orang tua mengakibatkan salahnya tindakan yang diambil oleh orang tua. Tidak jarang orang tua yang tidak bisa menghadapi anaknya yang berkebutuhan khusus akan menggunakan cara yang kasar untuk menghadapi anaknya. Di sekolah luar biasa, anak berkebutuhan khusus di kategorikan berdasarkan jenis kebutuhannya. Tentu berbeda pula cara menghadapinya. Pendidikan seperti inilah yang harus diberikan kepada orang tua, agar para orang tua dapat menghadapi anaknya dengan cara yang tepat. Dibutuhkan pula komunikasi yang baik antara tenaga pendidik dengan orang tua untuk menunjang pertumbuhan anak di sekolah maupun di rumah.

Dengan berbagai penjelasan yang telah di uraikan di atas, maka berdasarkan penelitian di SLBN Kapten Halim Purwakarta, bahwa fungsi sosialisasi anak berkebutuhan khusus dalam menumbuhkan minat orang tua belum dapat dikatakan berhasil. Hal ini diakibatkan oleh permasalahan sebagai berikut.

1. Kurangnya pengetahuan orang tua terhadap fungsi sosialisasi anak berkebutuhan khusus yang dilakukan langsung oleh SLBN Kapten Halim Purwakarta.

**Contoh : Masih banyak para orang tua yang belum mengetahui jelas tentang pengkategorian anak berkebutuhan khusus.**

1. Masalah opini orang tua yang belum dapat menerima informasi yang jelas mengenai sosialisasi yang diadakan SLBN Kapten Halim Purwakarta.

**Contoh : Terdapat orang tua yang belum mengetahui secara jelas isi dari pesan yang di informasikan sehingga mereka belum minat untuk menyekolahkan anaknya ke SLBN Kapten Halim Purwakarta.**

Berdasarkan indicator – indicator di atas, permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh hal – hal sebagai berikut :

1. Sosialisasi dari SLBN Kapten Halim Purwakarta yang dilakukan secara langsung masih kurang efektif dalam pelaksanaannya

**Contoh : Masih terdapat orang tua yang menyekolahkan anaknya kedalam sekolah umum.**

1. SLBN Kapten Halim Purwakarta dalam melakukan komunikasi sosial tidak dilakukan secara teratur.

**Contoh : Sosialisasi anak berkebutuhan khusus oleh SLBN Kapten Halim Purwakarta dilakukan dalam waktu yang tidak menentu. Tidak setiap tahun dilakukannya sosialisasi.**

Berdasarkan alasan-alasan tersebut, peneliti tertarik dan memutuskan untuk mengkaji tentang sosialisasi yang dilakukan oleh sekolah luar biasa tersebut. Untuk itu peneliti memilih masalah **“FUNGSI SOSIALISASI ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS (ABK) DALAM MENUMBUHKAN MINAT ORANG TUA”**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah yaitu :

1. Bagaimana fungsi Sosialisasi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dalam menumbuhkan minat orang tua.
2. Hambatan apa saja yang dihadapi dalam Sosialisasi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dalam menumbuhkan minat orang tua.
3. Usaha – usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan Sosialisasi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dalam menumbuhkan minat orang tua.
   1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini selain sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian *Public Relations* (Humas) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui fungsi Sosialisasi sekolah luar biasa di SLB Negeri Kapten Halim Purwakarta dalam menumbuhkan minat orang tua.

2. Untuk mengetahui Hambatan yang dihadapi dalam Sosialisasi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dalam menumbuhkan minat orang tua.

3. Untuk mengetahui usaha – usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan Sosialisasi Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dalam menumbuhkan minat orang tua.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu khususnya dibidang komunikasi. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunanaa Praktis,** yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Sebagai kajian dan pengembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas) / *Public Relations*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang sosialisasi serta dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam masalah yang diteliti.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai bidang komunikasi dan *Public Relations* terutama mengenai sosialisasi dalam menumbuhkan minat orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan serta pemikiran untuk menambah wawasan bagi humas SLBN Kapten Halim Purwakarta dalam meningkatkan minat orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus.

**1.5 Kerangka Pemikiran**

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti.

Dari judul penelitian ini yaitu : “Fungsi Sosialisasi Oleh Sekolah Luar Biasa (SLB) Dalam Meningkatkan Minat Orang Tua Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan ***Persuasion Theory,***karena seperti yang diungkapkan **Elvinaro** pada bukunya yang berjudul **Metodologi Penelitian untuk Public Relations**, yaitu:

**“Persuasi bukan hanya mencoba memanfaatkan kepentingan publik untuk organisasi, melainkan juga memberi alasan kepada orang – orang mengapa mereka harus mengadopsi sikap, opini, dan perilaku yang diinginkan komunikator.” (2010:117)**

Berdasarkan oleh **Heath** yang dikutip oleh **Elvinaro** pada buku **Metodologi Penelitian untuk Public Relations**, teori persuasi terdiri dari tiga aspek dasar, yakni:

***“a. Ethos (Source Credibility)***

***b. Logos (Logical Appeals)***

***c. Pathos (Emotional Appeals)”* (2005:118)**

Penjabaran dari teori persuasi diatas adalah sebagai berikut :

1. *Ethos (Source Credibility)*

Memfokuskan kepada kredibilitas sumber dalam penyampaian sebuah pesan. Kredibilitas sumber secara langsung berpengaruh kepada *effectiveness appeal* (daya tarik).

1. *Logos (Logical Appeals)*

*Logos* merujuk pada *appeals* berdasarkan alasan yang logis. Argumen – argumen ini biasanya terdiri dari fakta – fakta dan gambaran – gambaran.

1. *Pathos (Emotional Appeals)*

Merujuk kepada argumen yang didasarkan pada emosi, membangkitkan perasaan – perasaan, seperti rasa takut, salah, amarah, humor, haru. Para praktisi PR menggunakan *appeals* untuk membangkitkan motif sekelompok orang agar berpikir dan bertindak tentang sesuatu.

Sosialisasi merupakan proses belajar mengajar mengenai pola-pola tindakan interaksi dalam masyarakat sesuai dengan peran dan status sosial yang dijalankan masing-masing. Dengan proses itu, individu akan mengetahui dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing dan kebudayaan suatu masyarakat.

Melalui proses belajar semacam ini, seseorang juga mempelajari kebiasaan-kebiasaan, norma-norma, perilaku, peran, dan semua aturan yang berlaku di masyarakat. Proses mempelajari unsur-unsur budaya suatu masyarakat inilah yang disebut dengan sosialisasi.

**Soedarjono Soekamto** di dalam **Pengantar Sosiologi,** menjelaskan bahwa :

**Interaksi sosial merupakan kunci semua kehidupan sosial. Dengan tidak adanya komunikasi ataupun interaksi antar satu sama lain maka tidak mungkin ada kehidupan bersama. (2008;35)**

Dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah proses interaksi social dimana kita mengenal cara – cara berfikir, berperasaan dan berperilaku sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat. ***Roucek*** dan  ***Warren*** yang dikutip oleh **Abdulsyani** dalam bukunya **Sosiologi dan Ilmu Terapan.** Dalam proses sosialisasi terdapat aspek – aspek sebagai berikut :

1. **Kontak Sosial, adalah gejala sosial dengan mengadakan hubungan dengan pihak lain tanpa menyentuhnya.**
2. **Antar Individu, adalah kontak antar dua orang yang saling mempengaruhi.**
3. **Antar Individu dengan Kelompok, adalah kontak seseorang dengan lebih dari dua orang.**
4. **Antar Kelompok dengan Kelompok, adalah kontak yang dilakukan antar kumpulan – kumpulan manusia.**
5. **Komunikasi Sosial, adalah tafsiran yang berwujud pembicaraan, gerak – gerik, atau sikap yang ingin disampaikan.**
6. **Komunikasi Langsung (Primer), adalah hubungan langsung atau tatap muka.**
7. **Komunikasi Tidak Langsung (Sekunder), adalah hubungan yang memerlukan perantara. (1990;71-74)**

Definisi di atas dapat di tarik suatu analisis bahwa sosialisasi merupakan komponen atau alat komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk barang atau jasa dari produsen kepada konsumen yang bersifat persuasif (membujuk) sehingga menimbulkan adanya keinginan pertukaran.

Variabel Y dalam penelitian ini adalah minat. Peneliti akan menjelaskan mengenai minat itu sendiri. Menurut **Witherington** yang dikutip oleh **Mulyati** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Belajar** mendefinisikan minat sebagai berikut :

**Minat adalah sambutan yang sadar, jika tidak demikian maka minat tersebut tidak mempunyai nilai sama sekali. Kesadaran terhadap suatu objek disusul dengan meningkatnya perhatian (1998:46)**

Definisi di atas menjelaskan tentang bagaimana minat itu terjadi dan karena atas dorongan tertentu. Menurut pendapat peneliti minat adalah perasaan seseorang yang dapat mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang diawali dengan memperhatikan suatu objek, kemudian ditelaah, kemudian mengambil keputusan.

Teori yang digunakan untuk variabel Y atau minat ini adalah Teori Tindakan Alasan *(Theory of Reasoned Actions).* Teori tindakan alasan memiliki kontribusi untuk memahami teori persuasi. Yang digambarkan sebagaimana tindakan – tindakan dilakukan dari pelaku yang bertujuan untuk bertindak dalam satu cara daripada beberapa cara lainnya.

Menurut **Rast, Harmin dan Simon** yang dikutip oleh **Mulyati** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Belajar,** dalam proses pembentukan minat terdapat lima komponen yang mempengaruhinya :

1. **Persepsi, adanya perasaan senang dalam diri yang memberikan perhatian pada objek tertentu**
2. **Kognisi, adanya ketertarikan terhadap obyek tertentu**
3. **Motif (motivasi), adalah adanya aktifitas dan kecenderungan berusaha lebih aktif terhadap obyek tertentu**
4. **Fungsional, kegiatan yang diminati itu berpengaruh besar dalam kehidupan individu**
5. **Sikap, adalah kecenderungan bersifat mengarahkan dan mempengaruhi tingkah laku individu. (2004:46)**

Dari penjelasan diatas dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

FUNGSI SOSIALISASI ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DALAM MENUMBUHKAN MINAT ORANG

*Persuasion Theory*

(Heat:2005)

*Ethos*

*Logos*

*Pathos*

Variabel X

Sosialisasi

Sub variabel :

1. Kontak Sosial
2. Komunikasi Sosial

Indikator :

1. Kontak Sosial
2. Antar individu dengan individu
3. Antar indivudu dengan kelompok
4. Antar kelompok dengan kelompok
5. Komunakasi sosial
6. Komunikasi langsung (primer)
7. Komunikasi tidak langsung (sekunder)

(Raucek dan Warren, 1990:70-74)

Variabel Y

Minat

Sub variabel :

1. Persepsi
2. Kognisi
3. Motif / motifasi
4. Fungsional
5. Sikap

Indikator :

1. Persepsi
2. Tanggapan terhadap informasi pesan yang disampaikan
3. Tanggapan mengenai jasa yang ditawarkan
4. Kognisi
5. Pemahaman pengetahuan orang tua terhadap sosialisasi anak berkebutuhan khusus SLBN Kapten Halim Purwakarta
6. Perubahan opini orang tua tentang sosialisasi anak berkebutuhan khusus yang dilakukan SLBN Kapten Halim Purwakarta
7. Motif / motifasi
8. Keinginan untuk melakukan kegiatan
9. Rasa suka / kurang suka terhadap pelayanan yang diberikan
10. Fungsional
11. Seberapa pentingkah informasi ini untuk diserap
12. Sikap
13. Tindakan mendukung atau tidak mendukung terhadap lembaga

(Rast, Harmin dan Simon 2004:46)

**Sumber : Modifikasi**