**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian Komunikasi**

Jika kita mendefinisikan arti dari komunikasi itu sendiri sulit tentunya untuk menemukan arti yang tepat dan bias diakui oleh orang lain, tetapi jika kita bertanya, mengapa kita berkomunikasi? Apakah fungsi komunikasi bagi manusia? Pertanyaan ini bias dijawab begitu luas, bias dilihat dari berbagai sudut pandang, sehingga tidak mudah dijawab. Dari perspektif agama, secara gampang kita bias menjawab bahwa Tuhan-lah yang mengajari kita berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada kita. Al-Qur’an mengatakan, *“Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Qur’an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarinya pandai berbicara” ( Ar-Rahman: 1-4 )*

**Rudolph F. Verderber** dikutip **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai fungsi sebagai berikut :

***Pertama,* fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua,* fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. ( 2007 : 5 )**

 Tentunya dengan kita berkomunikasi itu memiliki fungsi tersendiri baik bagi kita sebagai seorang komunikator, maupun manfaat dari pesan yang kita sampaikan kepada komunikan sebagaimana penerima pesan. Dan dari definisi diatas cukup menggambarkan bahwa komunikasi itu memiliki fungsi dan peranan penting dalam kehidupan kita dan besar pengaruhnya terhadap lingkungan sosial. Dan komunikasi itu sendiri adalah sebagai komunikasi sosial setidaknya komunikasi mengisyaratkan bahwa 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 hunungan dengan orang lain.melalui komunikasi kita bekerjasama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

 Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya.

 Benar kata **Edward T.Hall** dikutip **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** bahwa : “Budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya” (2007 : 6)

 Sebab pada satu sisi, komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal, dari satu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertical, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya.

 **Alfred Korzybski** yang dikutip **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** menyatakan bahwa manusia berkomunikasi itu :

**“Pengikat waktu” (time-binder). Pengikatan-waktu (time-binding) merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke gengerasi dan dari budaya ke budaya. Manusia tidak perlu memulai setiap generasi sebagai generasi yang baru. Mereka mampu mengambil pengetahuan masa lalu, mengujinya berdasarkan fakta-fakta mutakhir dan meramalkan masa depan. (2007:7)**

Membahas mengenai Hakikat, Definisi konteks Komunikasi itu sendiri akan menuai banyak pertanyaan dan controversial yang terjadi, sebab jika kita mempertanyakan apakah yang anda pikirkan bila mendengar kata komunikasi? Jawaban atas pertanyaan ini pasti beragam, mulai dari bedoa (yang merupakan komunikasi dengan Tuhan), bersenda gurau, berpidato, hinggga penggunaan alat-alat elektronik yang canggih. Komunikasi adalah topic yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya dikalangan ilmuan komunikasi, melainkan juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Dalam wawancara public, kita sering mendengar kalimat atau *frase* yang mengandung kata komunikasi atau turunnya, seperti “Hewan pun berkomunikasi dengan cara mereka masing-masing,” “Kita harus mengkomunikasikan masalah ini kepada mahasiswa pada saat kuliah nanti,” “Komputer adalah sarana komunikasi tercanggih,” dan sebagainya. Pendeknya, istilah komunikasi sedemikian lazim diklanagan kita semua., meskipun masing-masing orang mengartikan istilah itu secara berlainan. Oleh karena itu, kesepakatan dalam mendefinisikan istilah komunikasi merupakan langkah awal untuk memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit.

 Kata komunikasiatau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata lain *communis* yang berarti “sama”, *communico, communication,* atau *communicare* yang berate “membuat sama” *(to make common)*. 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. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran, “Kita mendiskusikan makna,” dan “Kita mengirimkan pesan”.

 Lewat komunikasi orang berusaha mendefinisikan sesuatu, termasuk istilah komunikasi itu sendiri. Apakah komunikasi itu suatau tindakan sesaat, suatu peristiwa, atau suatu proses yang terus berkesinambungan? Tidak ada suatu definisi pun yang dapat menggambarkan fenomena ini secara utuh? Apakah komunikasi berlangsung hanya bila kita menyengajanya? Dapaykah komunikasi berlangsung tanpa disengaja? Lalu, apakah kesengjaan itu? Hingga kini, terdapat ratusan definisi komunikasi berbeda atau bahkan bertentangan dengan definisi lainnya. Tahun 1976 saja Frank Dance dan Carl Larson telah mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Sekarang jumlah definisi yang telah dikemukakan para ahli tentu jauh lebih banyak lagi. Akan tetapi, bukan tempatnya di sini untuk mendiskusikan definisi itu satu persatu dan secara rinci.

 **Frank dance** yang dikutip **Deddy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**  menenmukan tiga konseptual penting yang mendasari definisi-definisi komunikasi sebgai berikut :

1. **Dimensi pertama adalah tingkat observasi *(level of observation)*, atau derajat keabstakannya.**
2. **Dimensi kedua adalah kesengajaan *(intentionality).* Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja, sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini.**
3. **Dimensi ketiga adalah penilaian normatif. Sebagian definisi, meskipun secara impilisit, menyertakan keberhasilan atau kecermatan, sebagian lainnya tidak seperti itu. (2007:60-61)**

 **John B. Hoben** dikutip **Deddy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

**Komunikasi itu harus (berhasil) “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan.” Asumsi dibalik definisi tersebut adalah bahwa suatu pikiranatau gagasan secara berhasil dipertukarkan.**

 Melihat dari definisi diatas ada benarnya bahwa suatu komunikasi harus berhasil dalam penyampaim ide dan gagasan yang akan ita sampaikan, tentunya tidak terlepas dari konsep dan fungsi komunikasi yang ada.

 **Bernard Berelson** dan **Gary Steiner** dikutip oleh **Deddy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi: “**Komunikasi adalah transmisi dan informasi, jadi definisi tersebut mensyaratkan bahwa informasi harus diterima atau dimengerti.”**

 Seperti yang dikemukakan Littlejohn, perdebatan mengenai definisi komunikasi pada awal 1990-an di antara beberapa teoritikus komunikasi, telah menyarankan beberapa kemungkinan untuk mendefinisikan komunikasi. Perdebatan tersebut menyoroti sembilan jenis perilaku yang dapat dianggap komunikasi. Kesembilan jenis perilaku ini ditetntukan oleh sumber dan persepsi penerima. Pertanyaan-pertanyaan kuncinya adalah: *pertama,* apakah komunikasi harus disengaja? *Kedua,* apakah komunikasi harus diterima? Jadi meminjam dari pandangan Littlejohn kita mempunyai Sembilan jenis perilaku yang mungkin dianggap komunikasi.

 **Tub** dan **Moss** dikutip **Deddy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : **“Proses penciptaan makna antara dua orang (komunikastor 1 dan komunikator 2) atau lebih.”**

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigma atau perspektif yang digunakan ahli-ahli komunikasi tersebut dalam mendekati fenomena komunikasi. Paradigma ilmiah (objektif, mekanistik, positivistic) yang penelaahannya berorientasi pada efek komuniksi tampak dominan, mengasumsikan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator/sumber/pengirim/encoder (yang aktif) untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikate/ penerima/ pesan/ sasaran/ khalayak/ decoder (atau dalam wawancara komunikasi Indonesia sering disebut komunikan) yang pasif.

**2.2. Tinjauan tentang *Public relation***

 Secara etimologis, *public relations* terdiri dari dua kata, yaitu public dan relations. Public berarti publik dan relations berarti hubungan-hubungan. Jadi, public relations berarti hubungan-hubungan dengan publik. Menurut (British) Institute of Public Relations (IPR) (Jefkins, 2004: 9), public relations (PR) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (goodwill) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

 Sedangkan menurut Frank Jefkins (Jefkins, 2004: 10), public relations adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

* + 1. **Pengertian *Public Relation***

 Para pakar hingga saat ini belum terdapat consensus mutlak tentang definisi dari PR/Humas. Ketidak sepakatan tersebut disebabkan oleh: *pertama,* beragamnya definisi *public relation* yang telah dirumuskan baik oleh pakar maupun profesionaal *public relation/*humasdidasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas/*public relations. Kedua,*  perbedaan latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi ( *Public Relations Practitioner ). Dan ketiga,*  adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan *Public Relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika keidupan masyarakat yang mengikuti zaman, khususnya memasuki era globalisasai dan millennium saat ini. Walaupun berbagai definisi kehuamsan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama.

 Sebagai acuan, salah satu definisi Humas/PR, yang diambil dari ***The Brinish Institute of Public Relations*** dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi** berbunyi :

1. ***Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics.***
2. ***Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public* (2010:16)**

Definisi diatas adalah mempunyai maksud bahwa aktivitas *Public Relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya, dan praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

Tentunya ini adalah hal yang rumit jika kita harus mengetahui dan memnbahas definisi dari *Public Relations* itu sendiri karena begitu banyak definisi yang sudah dikemukakan oleh para ahli dengan kelebihan dan manfaatnya tersendiri, dan definisi yang ada bias kita aplikasikan dalam nilai PR/Kehumasan kita baik secara teori maupun praktik langsung dilapangan.

Pertemuan wakil dari pakar Humas dari Negara maju mengadakan pertemuan di Mexico City pada bulan Agustus 1978. Pertemuan tersebut menghasilkan definisi-definisi humas yang lebih singkat dan dinamakan *The Statement of Mexico,* definisi tersebut berbunyi :

**Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan public atau umum. (2010:17)**

Benar adanya bahwa *Public Relations* adalah suatu seni yang meliputi suatu kecermatan didalamnya, sebab didalam *Public Relations* seseorang bias mengekspresikan secara penuh dirinya dalam berkomunikasi dan dalam menjalin hubunngan dengan orang lain, karena seni adalah suatu keindahan yang dimiliki oleh setiap orang dan berbeda-beda pula cara mereka mengaplikasikan seni yang dimiliki terutama di dalam ilmu kehumasan/ *Public Relations.* Dan jika kita melihat dari definisi diatas erat kaitannya antara seni dan ilmu yang terdapat dalam *Public Relations,* bagaimana cara kita menyampaikan pesan kepada khalayak agar bisa diterima dengan baik dan kita bisa mempengaruhi khalayak dengan seni kita berkomunikasi tentunya dalam bidang Humas/ *Public Relations.*

Pendek kata, dari berbagai definisi menunjuk bahwa adanya hubungan yang saling berkaitan antara satu definisi dengan definsi lainnya dan adanya hubungan kait mengait dalam fungsional PR/Humas yang integral dengan manajemen organisasi dalam upaya mencapai tujuan bersam dan sasaran utama dalam badan usaha/organisasi.

**2.2.2. Fungsi dan Tugas Public Relation**

*Public Relations* tidak hanya berfungsi dalam menjalin hubungan dengan orang luar organisasi saja, melainkan iya harus menjaga nama public *intern* dan *ekstern* nya juga karena memang sudah sebagai suatu keharusan dalam menjaga hubungan baik dan kerja sama yang utuh di dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang ia naungi, sebab keberhasilan *Public Relations* itu adalah berhasil atau tidaknya dalam menjaga keeratan hubungannya dengan publik *intern* dan *ektern*  nya di dalam sebuah organisasi.

Juga kita menyadari bahwa tugas seorang *Public Relations* itu besar andilnya pada organisasi atau perusahaan yang ia kelola, mulsi dsri mengkondep, merencanakan, hingga ke tahap promosi itu adalah tugas dari seorang *Public Relations,*  dan yang lebih penting *Public Relations* mempunyai tugas besar yaitu menjaga nama baik dan menghadapi media, serta melakukan konfirmasi pada masyarakat mengenai hal yang menyangkut dengan perusahaan atau organisasi yang ia duduki, baik mengenai program kerja ataupun opini public yang berkembang.

Fungsi Public Relation dilihat dari fungsinya, public relations tidak terlalu memandang apakah kegiatan public relations itu bersifat internal atau eksternal.

Menurut Cutlip & Center seperti yang dikutip dalam Effendy (2006: 21), Fungsi Humas adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik internal maupun eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Humas sebagai ujung tombak suatu organisasi atau perusahaan memiliki bermacam-macam fungsi dan sangat kompleks, dimana fungsi secara umum adalah sama antara humas di suatu organisasi, perusahaan dengan organisasi atau perusahaan lainnya, hanya saja akan berbeda, hanya saja akan berbeda dalam pelaksanaannya di lapangan, karena disesuaikan dengan tujuan dari organisasi tersebut.

Mengenai peranan *Public Relations* dalam suatu organisasi, **Dozier dan Broom** dikutip **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan media Komunikasi** membagi kedalam empat kategori yaitu :

1. **Penasehat Ahli**

 **Seorang praktisi pakar Public Relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesian masalah hubungan dengan publiknya (*Public Relationship)***

1. **Fasilitator Komunikasi**

**Dalam hal ini praktisi  *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk memantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diharapkan oleh publiknya.**

1. **Fasilitator Proses Pemecahan Masalah**

**Peranan praktisi *Public Relations* dalam hal pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudksn untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat *(adviser)*  hingga mengambil keputusan dalam menghadapi krisis secara rasional dan professional.**

1. **Teknisi Komunikasi**

**Perbedaan dengan ketiga hal diatas yaitu, praktisi *Public Relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi. (2010:20-21)**

Gambaran model di atas sebagai peranan *Public Relations* tersebut, dapat terlihat mana yang berperan dan berfungsi pada tingkat manajerial *skill,* keterampilan hubungan antar individu *(human relations skill)* dan keterampilan teknis *(technical skill)* dalam manajemen Humas.

Peranan *Public Relations/*Humas tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” top manajemen dalam organisasi/lembaga.

**2.2.3. Tujuan *Public Relations***

Tujuan *Public Relations* dalam lingkup sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

1. **Membina hubungan ke dalam (*public internal)***

**Yang dimaksud dengan public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenai hal-hal yang menimbulkan gambaran negative di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.**

1. **Membina hubungan keluar (*publik eksternal)***

**Yang dimaksud public eksternal adalah public umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.**

1. **Untuk menciptakan, membima dan memelihar sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi disatu pihak dan dengan pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbale balik.**

Seperti penjelasan di atas, peran Humas/PR tersebut bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (*inward looking)*, dan (*outward looking)*, dan tidak hanya sampao disitu saja seorang *Public Relations* juga harus menciptakan dan memelihara hubungannya dengan public tentunya dengan komunikasi yang efektif dan harmonis.

* 1. **Tinjauan Tentang Persepsi**

**2.3.1. Definisi Persepsi**

 Dalam Kamus Lengkap Psikologi, memaparkan bahwa persepsi adalah: (1) proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera; (2) kesadaran dari proses-proses organis; (3) *(titchener)* satu kelompok penginderaan dengan penambahan arti-arti yang berasal dari pengalaman di masa lalu; (4) variabel yang menghalangi atau ikut campur tangan, berasal dari kemampuan organisasi untuk melakukan pembedaan diantara perangsang-perangsang; (5) kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu **(Chaplin, 2006)**. **Shaleh (2009)** turut memaparkan definisi mengenai persepsi yang sejatinya cenderung lebih bersifat psikologis daripada hanya merupakan proses penginderaan saja, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti: (a) perhatian yang selektif, individu memusatkan perhatiannya pada rangsang-rangsang tertentu saja; (b) ciri-ciri rangsang, rangsang yang bergerak di antara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian; (c) nilai dan kebutuhan individu; (d) pengalaman dahulu, pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi dunianya.

 Sebagai tambahan, **Morgan (1987)** menjelaskan bahwa persepsi sejatinya mengacu pada cara kerja, suara, rasa, selera, atau bau. Dengan kata lain, persepsi dapat didefinisikan apa pun yang dialami oleh seseorang. **Feldman (1999)** mengartikan persepsi adalah proses konstruktif yang mana kita menerima stimulus yang ada dan berusaha memahami situasi.

* + 1. **Komponen-Komponen Proses Pembentukan Persepsi**

 Terdapat tiga komponen utama proses pembentukan persepsi menurut **(Sobur, 2003)**, yaitu:

a. Seleksi, yaitu penyampaian oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Setelah diterima, rangsangan atau data diseleksi.

b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang di terimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang komplek menjadi sederhana.

c. Reaksi, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima. Persepsi yang diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi yaitu bertindak sehubungan dengan apa yang telah di serap yang terdiri dari reaksi tersembunyi sebagai pendapat/sikap dan reaksi terbuka sebagai tindakan yang nyata sehubungan dengan tindakan yang tersembunyi (pembentukan kesan) **(Sobur, 2009).**

 Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komponen-komponen persepsi, yaitu seleksi terhadap informasi berdasarkan stimulus yang diterima oleh alat indera, kemudian stimulus yang diterima akan diseleksi untuk kemudian diinterpretasikan agar dapat memberikan penarikan kesimpulan terhadap objek yang diinderakan.

 Berdasarkan komponen persepsi seperti yang dipaparkan oleh Sobur (2003) di atas, dan turut terdapat hal yang sama perihal komponen persepsi menurut Kenneth dan Edward (dalam Mulyana, 2002) yang juga membagi aspek persepsi menjadi tiga komponen, yaitu seleksi, organisasi/atensi dalam menginterpretasikan dan interpretasi dalam pembulatan atau penarikan kesimpulan. Ketiga komponen persepsi tersebut dirangkai dan dirunut berdasarkan aspek komponen persepsi oleh Sobur (2003) yang bersumber dari berbagai macam teori yang dipaparkan oleh para ahlinya, yang adalah sebagai berikut:

**1. Dalam Aspek Pertama Pada Komponen Utama Proses Pembentukan Persepsi Menurut Sobur (2003) Yaitu Seleksi.**

 Dalam ranah psikologi menurut Sarwono (2002) persepsi adalah proses pencarian informasi untuk dipahami. Alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah penginderaan (penglihatan, pendengaran, peraba dan sebagainya). Sebaliknya, alat untuk memahaminya adalah kesadaran atau kognisi. Stimulus dapat mendukung penginderaan yang dapat menimbulkan persepsi, maka stimulus harus cukup kuat, stimulus harus melampaui ambang batas stimulus, yaitu kekuatan stimulus yang minimal tetapi sudah dapat menimbulkan kesadaran, sudah dapat dipersepsikan oleh yang mempersepsikan (Walgito, 2003). Secara garis besar, menurut Kenneth dan Edward (dalam Mulyana, 2002) seleksi sendiri mencakup sensasi, sensasi pada dasarnya merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran sentuhan, penciuman dan pengecapan. Segala macam rangsangan yang diterima kemudian dikirimkan ke otak. Sensasi, merupakan tahap awal dari penerimaan informasi yang berhubungan dengan alat penginderaan.

**2. Pada Aspek Kedua Berdasarkan Komponen Utama Proses Pembentukan Persepsi Menurut Sobur (2003), Yaitu Interpretasi.**

 Keterkaitan dengan aspek ini memiliki pemahaman dari para ahli yang ternyata sangat beragam, seperti yang dikemukakan berikut ini. Persepsi adalah seperangkat proses yang dengannya kita dapat mengenali, mengorganisasikan dan memahami cerapan-cerapan inderawi yang kita terima dari stimuli lingkungan Epstein & Rogers (dalam Stenberg, 2008). Persepsi merupakan bagian dari proses dimana kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan kita (Robbins, 1998). Persepsi juga merupakan sebagai suatu proses organisasi atau mengorganisasikan dengan menggabungkan data-data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri (Shaleh, 2009). Organisasi/atensi sendiri dalam pengertiannya adalah bagian suatu proses dalam menginterpretasikan yaitu dengan merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan yang didapat dari apa yang diperhatikan dari kejadian atau rangsangan dengan mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsikan, kemudian terbentuknya penginterpretasian (Kenneth dan Edward, dalam Mulyana, 2002). Individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang mempunyai arti bagi diri individu tersebut yang bersangkutan, dimana stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi sehingga terbentuknya persepsi seseorang (Walgito, 2002). Walgito (2002) merunut hal-hal yang terkait dengan mengorganisasikan atau menginterpretasikan yang berperan di dalam persepsi, yaitu: (1) adanya objek yang diamati, objek yang dapat menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor stimulus dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (reseptor), dan dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (sensori) yang bekerja sebagai reseptor; (2) alat indera atau reseptor, yang merupakan alat untuk menerima stimulus, dengan harus adanya syaraf sensori sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran, dan sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf sensori. (3) adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam suatu persepsi. Tanpa adanya perhatian tidak akan terbentuk persepsi. Secara garis besar, persepsi merupakan bagian dari proses yang integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya dengan adanya berupa proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan menjadi aktivitas terintergrasi di dalam diri individu. Pada dasarnya menurut Wittig (1977) persepsi adalah bagian dari proses bagaimana menginterpretasikan stimulus oleh seseorang

**3. Pada Aspek Ketiga Atau Aspek Yang Terakhir Berdasarkan Komponen Utama Proses Pembentukan Persepsi Menurut Sobur (2003) Yaitu Reaksi Atau Penarikan Kesimpulan.**

 Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan Desiderato (dalam Rakhmat, 1996). Persepsi adalah bagaimana seseorang mengartikan sesuatu dengan melakukan pembulatan atau penarikan suatu kesimpulan, dalam bagaimana cara seseorang melihat atau memahami sesuatu berdasarkan Leavit (dalam Sobur, 2003). Dalam pembulatan atau penarikan kesimpulan berdasarkan interpretasi sebelumnya atas informasi yang telah kita peroleh melalui salah satu atau lebih dari indera kita, tetapi tidak bisa untuk memaknai setiap objek secara langsung, melainkan dengan memaknai informasi yang kita peroleh dan kita percayai yang sekiranya dapat mewakili objek yang dipersepsikan (Kenneth dan Edward, dalam Mulyana, 2002). Secara garis besar, persepsi berarti menarik atau melakukan penarikan suatu kesimpulan (Sarwano, 1983).

 Dari runutan di atas terlihat bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukanlah pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut sesuai dengan yang disimpulkan.

 Secara umum persepsi adalah suatu pandangan, pendapat dan penilaian responden dalam menafsirkan, mengartikan, pengetahuan tentang sesuatu yang dihasilkan melalui proses menginterpretasikan informasi yang diterima dan kemudian mengelompokkannya kedalam ruang lingkup pengetahuan yang kita punya sehingga hasil pengamatan tersebut bisa mempunyai makna dan dapat dimengerti (Arifin, 2011). Persepsi pada dasarnya juga merupakan hasil interaksi antara dunia luar individu (lingkungan) dengan pengalaman individu yang sudah diinternalisasi dengan sistem sensorik alat indera sebagai penghubung, dan dinterpretasikan oleh sistem syaraf di otak.

 Pada prinsipnya, menurut Suharnan (2005) persepsi pada turut melibatkan dua proses yaitu bottom up processing dan top down prosessing yang saling melengkapi dan bukan berjalan sendiri-sendiri. Hal ini berarti bahwa hasil suatu persepsi atau interpretasi mengenai suatu stimulus akan ditentukan oleh kombinasi antara sifat-sifat yang ada pada stimulus yang dipersepsi itu (bottom up) dengan pengetahuan yang tersimpan didalam ingatan seseorang yang relevan dengan stimulus itu (top down). Feldman (1999) lebih lanjut menjelaskan tentang proses top down dan bottom up. Top down processing is guided by higher level knowledge, experience, expectations, and motivation (proses top-down mengarah pada tingkat pengetahuan, pengalaman, dugaan, dan motivasi). Sedangkan bottom up processing, perception involves recognizing and processing information about thee individual component of stimuli (proses bottom up, persepsi yang melibatkan rekognisi dan proses informasi tentang karakteristik stimulus individual).

* + 1. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Persepsi**

 Persepsi seseorang tidak timbul dengan sendirinya, tetapi melalui proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Hal inilah yang menyebabkan setiap orang memiliki interpretasi berbeda, walaupun apa yang dilihatnya sama. Menurut Robins (1998) terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi pembentukanpersepsi seseorang, yaitu :

**1. Individu yang bersangkutan (Pemersepsi) atau perceiver**

 Apabila seseorang melihat menginderakan sesuatu maka akan berusaha untuk memberikan interpretasi tentang apa yang diinderakan, yang dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti pengetahuan, pengalaman pemersepsi, dll.

**2. Sasaran dari persepsi atau perceived**

 Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat- sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok yang tidak serupa yang didasarkan atas sikap dari pemersepsi.

**3. Situasi atau setting**

 Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian, situasi merupakan bagian dari proses pembentukan persepsi namun berdasarkan pada situasi yang menyebabkan persepsi itu timbul. Secara garis besar, dapat disimpulkan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan persepsi yaitu, pemersepsi atau aspek dari diri sendiri yang sejatinya memiliki pilihan dalam men-seleksi yang membuat terjadinya proses selektif dengan melakukan penginderaan terhadap stimuli yang dapat berupa objek atau subjek yang dapat diseleksi berdasarkan hal seperti pengetahuan dan pengalaman diri terhadap suatu hal, sasaran dari pemersepsi atau target yang berupa objek atau subjek yang di interpretasikan atau diorganisasikan sebagai hasil dari kesan yang memberikan pengaruh bagaimana cara pemersepsi bersikap atau memandang terhadap target yang dipersepsikannya, dan selanjutnya adalah situasi yang didasarkan atas situasi itu sendiri yang timbul seperti apa yang terjadi dan dapat membuat individu tertarik atau merespon terhadap objek yang dihadapkannya.

* 1. **Pengusaha**
		1. **Definisi Pengusaha**

 Pengusaha adalah orang yang menjalankan usaha atau perusahaan dengan kemungkinan untung atau rugi. Oleh karena itu pengusaha perlu memiliki kesiapan mental, baik untuk menghadapi keadaan merugi maupun untung besar. Sehingga seorang pengusaha harus mempunyai karakteristik khusus yang melekat pada diri seorang pengusaha seperti percaya diri, mempunyai banyak minat, bisa bersepakat, mempunyai ambisi, berjiwa penjelajah, suka mencoba sesuatu, dll

 Berikut ini adalah pengertian dan definisi pengusaha menurut beberapa ahli:

**Joseph C. Schumpeter**

 Pengusaha adalah orang yang mampu menghancurkan keseimbangan pasar dan kemudian membentuk keseimbangan pasar yang baru dan mengambil keuntungan-keuntungan atas perubahan-perubahan tersebut

 **Raymond W.Y. Kao**

 Pengusaha adalah orang yang mampu menciptakan dan merancang suatu gagasan menjadi realita.

 **Richard Cantillon**

 Pengusaha adalah seseorang yang mampu memindahkan atau mengkonversikan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ketingkat produktivitas yang lebih tinggi

**Syamsudin Suryana**

 Pengusaha adalah seseorang yang memiliki karakteristik percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko yang wajar, kepemimpinan yang lugas, kreatif menghasilkan inovasi, serta berorientasi pada masa depan.

**Prawirokusumo**

 Pengusaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup

**2.4.2. Bisnis/ Usaha Online**

 Pengertian bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online biasanya menggunakan jaringan/ koneksi internet, praktis adalah salah satu ciri khas dari bisnis online dmana transaksi suatu bisnis dapat dilakukan tanpa bertatap muka bahkan tidak saling kenal sebelumnya. Dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh bisnis online, banyak orang menginginkan dapat membangun suatu kerajaan bisnis online sendiri. Menjalankan bisnis online itu tidak jauh berbeda dengan berbisnis atau berjualan secara offline, yang membedakannya hanyalah media-nya saja dan bagaimana mengelonya.

* 1. **Komunikasi Antar Pribadi**

 Ilmu komunikasi mempelajari dan meneliti perubahan tingkah laku dan pendapat yang diakibatkan oleh informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Carl. I. Hovland (Purba, 2006 : 29). Yang mengatakan: “proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan)”.

 Adapun Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka (face to face). Komunikasi Antar Pribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti : telepon, surat, telegram dan sebagainya.

 Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif dalam merubah perilaku orang lain apabila kesamaan makna mengenai apa yang dibincangkan. Ciri khas yang tampak dalam komunikasi ini adalah arus balik langsung yang dapat ditanggkap oleh komunikator, baik secara verbal dalam bentuk kata- kata maupun secara nonverbal dalam bentuk gerak- gerik seperti anggukan dan lain sebagainya. Selam proses komunikasi antar pribadi langsung, antar komunikator dan komunikan tersebut akan terjadi adanya pengertian fungsi secara bergiliran satu sama lain. Proses berubahnya perilaku atau inggkah laku individu adalah melaluli beberapa tahapan dimana satu tahap dengan tahap lainya saling berhubungan.. seorang individu menerima informasi, kemudian mengelolnya, menyimpan dan menghasilkan kembali dalam bentuk satuy keputusan berupa penolakan atau penerimaan terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

* + 1. **Definisi Komunikasi Antar Pribadi Menurut Para Ahli**

 Onong U. Effendy mendefinisikan [komunikasi antar pribadi adalah](http://www.landasanteori.com/) komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa langsung secara berhadapan muka (face to face) bisa juga melalui medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi adalah dua arah atau timbal balik (Effendy, 1993 : 61).

 Selain itu menurut Dean Barnulus mengemukakan bahwa komunikasi  antar pribadi biasanya dihubungkan dengan pertemuan antara dua individ, tiga individu ataupun lebih yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur (Liliweri, 1991:12).

 Adapun De Vito (Liliweri, 1991 : 13) mendefinisikan komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang    langsung.

 De Vito juga mengemukakan suatu komunikasi antar pribadi yang mengandung ciri- ciri antara lain adalah :

1. Keterbukaan atau openess

Komunikator dan komunikan saling mengungkapkan segala ide atau gagasan bahwa permasalahan secara bebas (tidak ditutupi) dan terbuka tanpa rasa takut atau malu. Kedua- keduanya saling mengerti dan memahami pribadi masing- masing.

1. Empati atau Empathy

Kemampuan seseorang memproyeksikan dirinya orang lain di dalam lingkungannya.

1. Dukungan atau Supportiveness

Setiap pendapat, ide atau gagasan yang disampaikan mendapat dukungan dari pihak- pihak yang berkomunikasi. Dengan demikian keinginan atau hasrat yang ada dimotivasi untuk mencapainya.dukungan membantu seseorang untuk lebih bersemangat dalam melaksanakan aktivitas serta merih tujuan yang didambakan.

1. Rasa positif atau Positiveness

Setiap pembicaraan yang disampaikan dapat gagasan pertama yang positif, rasa positif menghindarkan pihak- pihak yang berkomunikasi untuk tidak curiga atau prasangka yang menggangu jalannya interaksi keduanya.

1. Kesamaan atau Equality

Suatu komunikasi lebih akrab dalam jalinan pribadi lebih kuat, apabila memiliki kesamaan tertentu seperti kesamaan pandangan, sikap, usia, ideologi dan sebaiknya (Liliweri, 1991 : 13).

* + 1. **Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi**

 Untuk mengetahui adanya kehandalan dari bentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dari adanya karakteristiknya yang menurut Everet M.Roger adalah :

1. Arus pesanya yang cendrung dua arah.
2. Konteks komunikasinya tatap muka.
3. Tingkat umpan baliknya yang terjadi tinggi.
4. Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
5. Kecepatan jangkauan  terhadap audience yang besar, relatif lambat.
6. Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap. (Liliweri, 1991 : 19)

 Dalam setiap kegiatan komunikasi antar pribadi selalu melibatkan orang sebagi organ pelaksana dalam penyampaian pesan, karenanya agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat memberikan hasil yang lebih baik, dapat digunakan teknik persuasif. Adapun teknik persuasif yang dimaksud dalam hal ini adalah suatu kegiatan dalam upaya membujuk komunikan agar melakukan atau berbuat sesuai dengan maksud dan tujuan komunikator.

 Faktor-faktor sebagai pembentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dengan jelas seperti halnya yang dikemukakan Halloran (Liliweri,1991 : 48) adalah :

Perbedaan antar manusia :

1. Manusia meskipun merupakan makhluk yang sempurna namun tetap mempunnyai kekurangan.
2. Adanya perbedaan motivasi antar manusia.
3. Kebutuhan akan harga diri yang harus mendapat pengakuandari orang lain.

 Dengan demikian kita dapat memahami bahwa komunikasi antar pribadi berlangsung karena adanya manifestasi dari diri manusia itu sendiri sebagai makluk sosial yang membutuhkan orang lain. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi antar pribadi sebenarnya merupakan proses sosial dimana orang- orang yang terlibat didalamnya saling mempengruhi, serta menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi lebih menonjolkan keterbukaan  pihak-pihak  yang sedang melakukan komunikasi.

 Pengertian proses dapat diartikan sebagai rangkaia atau peristiwa yang sedang berlangsung untuk mencapai suatu hasil tertentu. Proses komunikasi itu sendiri merupakan rangkaian kegiatan atau peristiwa ketika pesan mulai dismpaikan sendiri disampaikan sendiri sampai terjadinya tindakan sebagi pengaruh  dari pesan itu atau tidaknya perubahan pada sasaran.

 Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antar dua orang atau lebih yang terjadi dalam bentuk kontak langsung. Sebagai suatu proses, komunikasi antar pribadi merupakan ragnkakian tindakan , kejadian dan kegiatan yang terjadi secara terus menerus. Dengan kata lain, komunikasi antar pribadi bukanlah suatu hal yang statis, tetapi suatu yang dinamis. Artinya, segala sesuatu yang tercangkup dalam komunikasi antar pribadi selalu dalam keadaan berubah, yakni para pelaku, pesan maupun lingkungannya. Kadangkala perubahan- perubahan ini kita tidak sadari atau kita tidak perhatikan, namun yang jelas selau terjadi perubahan.proses komunikasi antar pribadi dapat digambarkan sebagai proses yang sirkuler dan terus menerus. Arti proses sekuler adalah bahwa setiap orang yang terlihat   dalam komunikasi antar pribadi bertindak sebagai pembicara sekaligus sebagai pendengar dan sebagai aktor sekaligus rektor. Sedangkan sebagai proses yang teru-menerus, diartikan bahwa komuniaksi berlangsung tanpa henti, sehingga batasan awal dan berakhirnya komunikasi antar pribadi menjadi tidak jelas.

 Cara yang paling baik dalam menerangkan komunikasi antar pribadi sesuai dengan paradima yang dikemukakan oleh Harlord Lasswell yang dikenal dengan model komunikasinya berupa ungkapan verbal adalah dengan menjawab pertanyaan who, says, what, in wich channel, to whom, with what effect (Effendy, 1993 : 10).

 Adapun formula dari Harold Lasswell tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Who (komunikator atau sumber), merupakan pihak yang menyampaikan pesan-pesan yaitu pemerintah, khususnya dalam mengatur regulasi pemberitaan.
2. Says what adalah pernyataan yang didukung oleh lambang-lambang, dalam  hal ini adalah mengenai kasus mutilasi dan pembunuhan berantai Ryan.
3. In wich channel adalah saran atau saluran yang mendukung pesan yang disampikan seperti media massa yakni: media cetak, media elektronik dan media nirmassa.
4. To Whom adalah pihak yang meneriam pesan,
5. With what effect adalah suatu dampak yang timbul sebagai pengaruh dari pesan yakni, opini publik tentang kasus mutilasi dan pembunuhan berantai Ryan.

 Dalam proses komunikasi antar pribadi dipergunakan lambang-lambang sebagi media. Lambang sebagi media terdapat dalam komunikasi antar pribadi dapat dibagi atas dua bagian yaitu :

 Lambang verbal yaitu penggunaan bahasa sebagi media. Bahasa merupakan lambang yang dapat mewakili kenyatan yang konkrit dan objektif dalam dunia sekeliling kita, disamping juga dapat mewakili hal-hal yang abstrak. Lambang non verbal yaitu diamana proses komunikasi yang berlangsung dengan gejala yang mengyangkut gerak-gerik, sikap, ekspresi dan gejala lain yang sama.

**2.6. Komunikasi Kelompok**

**2.6.1. Pengertian 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 kelompok.

 Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) 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 B. Curtis, James J.Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005, h. 149) menyatakan komunikasi kelompok terjani 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 sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka;

2. Kelompok memiliki sedikit partisipan;

3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin;

4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama;

5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

**2.6.2. Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya.**

 Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

1. **Kelompok primer dan sekunder.**

 Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

 Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.
6. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.

 Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (membership group) dan kelompok rujukan (reference group). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang (fungsi komparatif. Islam juga memberikan kepada saya norma-norma dan sejumlah sikap yang harus saya miliki-kerangka rujukan untuk membimbing perilaku saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai (fungsi normatif). Selain itu, Islam juga memberikan kepada saya cara memandang dunia ini-cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui (fungsi perspektif). Namun Islam bukan satu-satunya kelompok rujukan saya. Dalam bidang ilmu, Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) adalah kelompok rujukan saya, di samping menjadi kelompok keanggotaan saya. Apapun kelompok rujukan itu, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi.

1. Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

 John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan c. kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

 Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

**2.6.3. Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi**

1. Konformitas.

 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.

1. Fasilitasi sosial.

 Fasilitasi (dari kata Prancis facile, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonz (1965) 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 mempertingi 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 banar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

1. Polarisasi.

 Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras.

**2.6.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi keefektifan kelompok**

 Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a. melaksanakan tugas kelompok, dan b. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (performance) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (satisfacation). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.

 Jalaluddin Rakhmat (2004) meyakini bahwa faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. Faktor situasional karakteristik kelompok:

a. Ukuran kelompok.

 Hubungan antara ukuran kelompok dengan prestasi krja kelompok bergantung pada jenis tugas yang harus diselesaikan oleh kelompok. Tugas kelompok dapat dibedakan dua macam, yaitu tugas koaktif dan interaktif. Pada tugas koaktif, masing-masing anggota bekerja sejajar dengan yang lain, tetapi tidak berinteraksi. Pada tugas interaktif, anggota-anggota kelompok berinteraksi secara teroganisasi untuk menghasilkan suatu produk, keputusan, atau penilaian tunggal. Pada kelompok tugas koatif, jumlah anggota berkorelasi positif dengan pelaksanaan tugas. Yakni, makin banyak anggota makin besar jumlah pekerjaan yang diselesaikan. Misal satu orang dapat memindahkan tong minyak ke satu bak truk dalam 10 jam, maka sepuluh orang dapat memindahkan pekerjaan tersebut dalam satu jam. Tetapi, bila mereka sudah mulai berinteraksi, keluaran secara keseluruhan akan berkurang.

 Faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara prestasi dan ukuran kelompok adalah tujuan kelompok. Bila tujuan kelompok memelukan kegiatan konvergen (mencapai suatu pemecahan yang benar), hanya diperlukan kelompok kecil supaya produktif, terutama bila tugas yang dilakukan hanya membutuhkan sumber, keterampilan, dan kemampuan yang terbatas. Bila tugas memerlukan kegiatan yang divergen (seperti memhasilkan gagasan berbagai gagasan kreatif), diperlukan jumlah anggota kelompok yang lebih besar.

 Dalam hubungan dengan kepuasan, Hare dan Slater (dalam Rakmat, 2004) menunjukkan bahwa makin besar ukuran kelompok makin berkurang kepuasan anggota-anggotanya. Slater menyarankan lima orang sebagai batas optimal untuk mengatasi masalah hubungan manusia. Kelompok yang lebih dari lima orang cenderung dianggap kacau, dan kegiatannya dianggap menghambur-hamburkan waktu oleh anggota-anggota kelompok.

b. Jaringan komunikasi.

 Terdapat beberapa tipe jaringan komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut: roda, rantai, Y, lingkaran, dan bintang. Dalam hubungan dengan prestasi kelompok, tipe roda menghasilkan produk kelompok tercepat dan terorganisir.

c. Kohesi kelompok.

 Kohesi kelompok didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegahnya meninggalkan kelompok. McDavid dan Harari (dalam Jalaluddin Rakmat, 2004) menyarankam bahwa kohesi diukur dari beberapa faktor sebagai berikut: ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain; ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok; sejauh mana anggota tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal.

 Kohesi kelompok erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif kelompok makin besar tingkat kepuasan anggota kelompok. Dalam kelompok yang kohesif, anggota merasa aman dan terlindungi, sehingga komunikasi menjadi bebas, lebih terbuka, dan lebih sering. Pada kelompok yang kohesifitasnya tinggi, para anggota terikat kuat dengan kelompoknya, maka mereka makin mudah melakukan konformitas. Makin kohesif kelompok, makin mudah anggota-anggotanya tunduk pada norma kelompok, dan makin tidak toleran pada anggota yang devian.

d. Kepemimpinan

 Kepemimpinan adalah komunikasi yang secara positif mempengaruhi kelompok untuk bergerak ke arah tujuan kelompok. Kepemimpinan adalah faktor yang paling menentukan kefektifan komunikasi kelompok. Klasifikasi gaya kepemimpinan yang klasik dilakukan oleh White danLippit (1960). Mereka mengklasifikasikan tiga gaya kepemimpinan: otoriter; demokratis; dan laissez faire. Kepemimpinan otoriter ditandai dengan keputusan dan kebijakan yang seluruhnya ditentukan oleh pemimpin. Kepemimpinan demokratis menampilkan pemimpin yang mendorong dan membantu anggota kelompok untuk membicarakan dan memutuskan semua kebijakan. Kepemimpinan laissez faire memberikan kebebasan penuh bagi kelompok untuk mengambil keputusan individual dengan partisipasi dengan partisipasi pemimpin yang minimal.

2. Faktor personal karakteristik kelompok:

a. Kebutuhan interpersonal

 William C. Schultz (1966) merumuskan Teori FIRO (Fundamental Interpersonal Relations Orientatation), menurutnya orang menjadi anggota kelompok karena didorong oleh tiga kebutuhan intepersonal sebagai berikut:

1) Ingin masuk menjadi bagian kelompok (inclusion).

2) Ingin mengendalikan orang lain dalam tatanan hierakis (control).

3) Ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok yang lain.

b. Tindak komunikasi

 Mana kala kelompok bertemu, terjadilah pertukaran informasi. Setiap anggota berusaha menyampaiakan atau menerima informasi (secara verbal maupun nonverbal). Robert Bales (1950) mengembangkan sistem kategori untuk menganalisis tindak komunikasi, yang kemudian dikenal sebagai Interaction Process Analysis (IPA).

c. Peranan

 Seperti tindak komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara suasana emosional yang lebih baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja (yang tidak jarang menghambat kemajuan kelompok). Beal, Bohlen, dan audabaugh (dalam Rakhmat, 2004: 171) meyakini peranan-peranan anggota-anggota kelompok terkategorikan sebagai berikut:

1) Peranan Tugas Kelompok. Tugas kelompok adalah memecahkan masalah atau melahirkan gagasan-gagasan baru. Peranan tugas berhubungan dengan upaya memudahkan dan mengkoordinasi kegiatan yang menunjang tercapainya tujuan kelompok.

2) Peranan Pemiliharaan Kelompok. Pemeliharaan kelompok berkenaan dengan usaha-usaha untuk memelihara emosional anggota-anggota kelompok.

3) Peranan individual, berkenaan dengan usahan anggota kelompokuntuk memuaskan kebutuhan individual yang tidak relevan dengantugas kelompok.