

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya terdapat 2 jenis organisasi, yaitu organisasi profit dan organisasi non-profit, perbedaan diantara kedua organisasi ini adalah organisasi profit memfokuskan diri dalam mencari laba sebesar-besarnya, sedangkan organisasi non-profit memfokuskan diri untuk mendukung suatu isu atau perihal dalam menarik perhatian publik untuk tujuan yang tidak komersil, tanpa adanya perhatian dalam mencari laba. Berbeda dengan organisasi profit, organisasi non profit berdiri untuk mewujudkan perubahan pada individu dan komunitas. Organisasi non-profit menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai aset yang paling berharga, karena pada dasarnya semua aktifitas organisasi non-profit berdasar dari, oleh dan untuk manusia.

Untuk itu peranan komunikasi interpersonal dinilai penting dalam kaitannya menjalankan kegiatan dan program dari organisasi non-profit. Seperti terjadi pada Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara (YWN) membuat program-program sosial sebagai sumbangsih bagi para Penerima Manfaat dari Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara.

Penerima Manfaat dari Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara terbagi menjadi beberapa generasi yaitu generasi X dan generasi Y, namun yang saat ini menjadi fokus utama dari Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara adalah generasi

Y. Dalam sejarah umat manusia, generasi berubah-ubah dari satu generasi ke generasi berikutnya, dewasa ini terdapat 3 generasi yang mewarnai dunia kerja (McCrinkle, 2006), yaitu baby boomers (1943-1960), generasi X (1961-1979), dan generasi Y (1980-1994). Meskipun saat ini di level atas di dalam suatu organisasi masih di dominasi oleh generasi X namun pada masa mendatang generasi Y yang akan memimpin dunia, berdasarkan data sensus penduduk tahun 2010 yang di peroleh dari Badan Pusat Statistik, saat ini jumlah generasi Y yang ada di Indonesia adalah 81.871.790 jiwa lebih besar di bandingkan Generasi X yaitu 35.015.970 jiwa.

Generasi X adalah individu yang lahir pada tahun 1961-1979. Beberapa karakter yang dimiliki oleh generasi X adalah :

1. cakap dalam memimpin
2. berkepribadian keras
3. susah menerima perubahan
4. kurang kreatif
5. bertanggung jawab
6. komitmen tinggi
7. rasional
8. dididik dengan keras
9. kaku
10. cenderung feodal dan birokratis

Generasi Y adalah individu yang lahir pada tahun 1980-2000 (Meier, Austin, dan Crocker, 2010). Generasi Y adalah generasi yang memiliki karakter yang cukup berbeda dengan generasi sebelumnya yaitu generasi X, beberapa karakter generasi Y menurut Solnet & Hood (2008) antara lain :

1. Mudah mengekspresikan pendapat
2. Lebih menuntut dibanding generasi sebelumnya
3. Memiliki toleransi kebosanan yang rendah
4. Menyukai tantangan dan tanggung jawab
5. Mandiri
6. Menginginkan pengakuan
7. Pemberian umpan balik secara konstan

Keinginan generasi Y dalam mengekspresikan pendapat didukung oleh kemampuan mereka berinteraksi dan bekerja sama dengan orang lain. Generasi ini menganggap kecepatan dan kepraktisan sebagai bagian dari gaya hidup. Hal ini mungkin disebabkan oleh kondisi dunia yang berbeda ketika mereka dilahirkan, generasi Y dilahirkan di dunia dengan teknologi yang sudah berkembang, mulai dari cara berkomunikasi dengan adanya smartphone, internet, email, selain itu generasi Y ini merupakan generasi yang segala kebutuhan emosional, pendidikan, fisik dan apa yang mereka inginkan telah di sediakan oleh generasi sebelumnya.

Melihat karakter dari generasi Y yang berbeda dengan generasi pendahulunya generasi X, tentu perlu di rancang strategi-strategi komunikasi tertentu agar program-program yang di buat oleh Yayasan Wilwatikta Sriphala

Nusantara tepat sasaran dan agar mampu meningkatkan minat Penerima Manfaat untuk mengikuti program-program sosial yang dibuat oleh Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara. Oleh karena dalam penelitian ini Peneliti akan melihat bagaimana Fungsi Dari Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Minat Generasi Y Terhadap Program-Program Dari Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti ingin mengetahui :

1. Bagaimana fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara.
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam menjalankan fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara.
3. Usaha-usaha apa yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam menjalankan fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai syarat ujian sidang Strata Satu (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung,

Jurusan Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Hubungan Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam menjalankan fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara.
3. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam menjalankan fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y terhadap program sosial di Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi **kegunaan teoritis** dan **kegunaan praktis**, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian Public Relations.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan studi literatur mengenai komunikasi interpersonal, minat generasi Y terhadap suatu program dan organisasi, kegunaan lainnya adalah sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya kajian pada bidang *Public Relations* (Hubungan Masyarakat).

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fungsi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan minat generasi Y. Penelitian ini dapat digunakan untuk melihat gambaran minat generasi Y terhadap program-program sosial di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan dasar pembuatan program-program sosial di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara, serta dasar penyusunan strategi komunikasi interpersonal terhadap generasi Y.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori **The Source of Credibility** yang dikemukakan oleh **Hovland, Janis** dan **Kelley** menyatakan bahwa **“Orang akan lebih mudah dipersuasi ketika sumber komunikasi memperlihatkan dirinya sebagai orang yang kredibel.”(1953)**

Asumsi dasar dari teori ini adalah menyatakan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik

pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Menurut **Rakhmat** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Komunikasi** menyatakan bahwa :

Dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan. (2012:257)

Rakhmat juga menyetujui pendapat yang dikemukakan oleh **Koehler, Annatol, dan Applbaum** (1978:144-147) yang menambahkan 4 komponen lagi

(1) dinamisme; (2) sosiabilitas; (3) koorientasi; dan (4) karisma. (2012:257)

Berdasarkan teori diatas, dapat di gambarkan bahwa fungsi Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Minat Generasi Y di Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara akan dilihat dari sejauh mana keahlian, kepercayaan, dinamisme, sosiabilitas, koorientasi dan karisma dari Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara dalam meningkatkan minat Penerima Manfaat secara khusus generasi Y terhadap program sosial yang telah di buat.

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada pnerima pesan(komunikan). Komunikator juga biasa disebut sebagai sumber, pengirim, atau source. Komunikator merupakan pelaku utama dalam proses komunikasi. Komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama yang mengendalikan jalannya komunikasi. Di Yayasan Wilwatikta Sripkala Nusantara

yang menjadi komunikatornya adalah pengurus Yayasan yang mana disebut sebagai manajemen dengan menggunakan pesan linguistik, pesan nonverbal dan organisasi, struktur dan imbauan pesan.

Sikap berarti tindakan, tindakan ini merupakan faktor penting berkaitan dengan pengambilan keputusan akhir.

Menurut Saifuddin Azwar “sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya”. (2012:5)

Menurut Saifuddin Azwar struktur sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu :

- 1. Komponen Kognitif** Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap.
- 2. Komponen Afektif** Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap.
- 3. Komponen Prilaku/Konatif** Komponen prilaku atau konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana prilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. (2012:23)

Gambar 1.1

Bagan Kerangka Pemikiran Fungsi Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Minat Generasi Y Terhadap Program Sosial Di Yayasan Wilwatikta Sriphala Nusantara Bandung.

