

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review penelitian sejenis

Review penelitian merupakan kumpulan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dibuat oleh mahasiswa/i lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Peneliti mengumpulkan penelitian terdahulu terdiri dari 1 skripsi dan 2 jurnal untuk dijadikan sebagai panduan dan acuan, dan untuk menghindari pengulangan penelitian, kesalahan yang sama atau dipublikasi dari penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi penulis :

1. Skripsi milik Hamidah, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, Jurusan Ilmu Komunikasi, Tahun 2012, berjudul Strategi Komunikasi Guru Dalam Proses Belajar Mengajar Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.
2. Jurnal milik Ika Wahyu Pratiwi, Mahasiswa Universitas Borobudur, Tahun 2020, berjudul Strategi Komunikasi Interpersonal Guru dalam Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh di Sekolah Dasar, Klaten, Jawa Tengah.
3. Jurnal milik Resza Suci Safitri dan Maya Retnasary, Mahasiswa Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung, tahun 2020, berjudul

Strategi Komunikasi Guru SMA Alfa Centauri Bandung Masa Pembelajaran Online di Situasi Pandemi COVID-19.

4. Jurnal milik Mutiah, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, tahun 2021, berjudul Komunikasi Pembelajaran Berbasis Daring Untuk Anak Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusi.

Tabel 2.1
Review Penelitian Sejenis

No.	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Komunikasi Guru Dalam Proses Belajar Mengajar Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.	Komunikasi interpersonal	Deskriptif kualitatif	Menggunakan metode penelitian yang sama	Menggunakan teori penelitian yang berbeda

2.	Strategi Komunikasi Interpersonal Guru dalam Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh di Sekolah Dasar, Klaten, Jawa Tengah.	Komunikasi interpersonal	Studi kasus kualitatif	Menggunakan teori penelitian yang sama	Menggunakan metode penelitian yang berbeda
3.	Strategi Komunikasi Guru SMA Alfa Centauri Bandung Masa Pembelajaran <i>Online</i> di Situasi Pandemi COVID-19.	Model Komunikasi Berlo	Deskriptif kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama	Menggunakan objek penelitian yang berbeda

4.	Komunikasi Pembelajaran Berbasis Daring Untuk Anak Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusi	Model Komunikasi Berlo	Deskriptif Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama	Menggunakan objek penelitian yang berbeda
----	---	------------------------	-----------------------	---	---

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

2.1.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Sebagai makhluk sosial, tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan dengan sekitarnya baik secara individu hingga berkelompok. Secara verbal terjadi pada saat seseorang dengan orang lain saling menyampaikan pesan, tetapi apabila seseorang dengan orang lain dalam jarak yang jauh dapat pula dilakukan dengan berbagai cara untuk berkomunikasi satu sama lain.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah satu makna. Komunikasi menurut Miller yang

dikutip dalam bukunya Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu:

“komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.” Mulyana (2015, h:68)

Pengertian komunikasi menurut Ross (2015, h:69), “komunikasi (internsional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan symbol-symbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.” (Mulyana 2015, h:69)

Dari definisi komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

2.1.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan dari komunikasi itu sendiri. Secara umum tujuan dari komunikasi yaitu mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan mengubah atau mempengaruhi tindakan. Dengan kata lain mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara serta efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Effendy, dalam buku Dimensi-Dimensi Komunikasi. Tujuan dari komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Mengubah Sikap (*to change attitude*)

Tujuan komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi, mengubah sikap seseorang menjadi seperti yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

2. Mengubah opini atau pendapat (*to change the opinion*)

Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu.

3. Mengubah perilaku (*to change behavior*)

Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Apabila dalam poin diatas perilaku dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini perubahan dititikberatkan pada satu

kelompok yang bersifat lebih dari satu bahkan lebih dari dua, sehingga perubahan terjadi secara masal. (Effendy 2009, h:8)

Dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi yaitu mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, dan perubahan masyarakat atau sosial. Serta tujuan utama adalah seluruh pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan lalu menghasilkan umpan balik.

2.1.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan 4 fungsi komunikasi, yaitu:

- 1.) Fungsi Komunikasi Sosial, mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
- 2.) Fungsi Komunikasi Ekspresif, yaitu dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam berkelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.
- 3.) Fungsi Komunikasi Ritual, biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites*

of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian.

- 4.) Fungsi Komunikasi Instrumental, komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui.

2.1.2.2 Strategi Komunikasi

2.1.2.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi merupakan sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Onong Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek strategi komunikasi merupakan “Perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” (2017:32).

Adapun pengertian strategi komunikasi menurut Mulyana (2007). Strategi komunikasi adalah manajemen perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan menyeluruh komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Tarone (1981) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai upaya sistematis oleh pembelajar untuk mengekspresikan maksud dalam bahasa target (bahasa yang dipelajari) ketika ia tidak dapat membentuk atau memilih kaidah Bahasa target dengan tepat.

Dari definisi di atas, Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan komunikasi yang memperhatikan aspek pada prosesnya untuk mencapai tujuan atau target yang diharapkan.

Dalam strategi komunikasi, ada beberapa komponen yang harus diperhatikan, antara lain:

1. Perencanaan Pesan

Pesan dapat diterima oleh komunikan jika perencanaan pesan berjalan dengan baik sehingga dapat memberikan feedbacks atas pesan yang disampaikan.

2. Pendekatan komunikasi

Komunikan akan mengerti informasi yang disampaikan oleh komunikator jika komunikator tersebut dapat melakukan pendekatan komunikasi dan memberikan informasi dengan tepat sehingga komunikan mengetahui hal-hal yang terjadi di lingkungan sekitar dan tidak salah dalam menilai karakter seseorang.

3. Pemilihan media

Pemilihan media diperlukan oleh seorang komunikator sehingga komunikator dalam menggunakan media harus memberikan

pemahaman yang tepat agar komunikasi mengetahui isi pesan yang sebenarnya dan sesuai dengan kenyataan.

Menurut Ruslan (2002), agar suatu strategi dapat efektif dalam mencapai tujuannya, maka ia harus mencakup beberapa hal :

1. Objektif, jelas dan menentukan semua ikhtiar diarahkan untuk mencapai pemahaman yang jelas, menentukan dan dapat mencapai keseluruhan tujuan. Tujuan tersebut tidak perlu dibuat secara tertulis namun yang penting dapat dipahami dan menentukan.
2. Memelihara inisiatif. Strategi inisiatif menjaga kebebasan bertindak dan memperkaya komitmen. Strategi mesti menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa, bukannya bereaksi terhadap suatu peristiwa.
3. Konsentrasi, dengan memusatkan kekuatan yang besar untuk waktu dan tempat yang menentukan.
4. Fleksibilitas, strategi hendaknya diniatkan untuk dilengkapi penyangga dan dimensi untuk fleksibilitas dan maneuver.

2.1.2.2.2 Tujuan Sentral Strategi Komunikasi

Menurut R Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Brunett dalam bukunya yang berjudul *Technique for Effective Communication* (Effendy 2017: 32), strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding*, memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya.

2. *To establish acceptance*, jika komunikan sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina dengan baik.
3. *To motive action*, memotivasi kegiatan organisasi.

2.1.2.2.3 Teknik Strategi Komunikasi

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

1. *Redundancy (Repetition)*. Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.
2. *Canalizing*. Teknik *canalizing* adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama

sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

3. Informatif. Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
4. Persuasif. Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (sugestibilitas).
5. Edukatif. Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat

dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

6. Koersif. Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

2.1.2.2.4 Komponen Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi, tentu ada beberapa komponen di dalamnya. Untuk memantapkan strategi tersebut, maka segala sesuatunya harus sipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban pertanyaan dari rumus Laswell, yaitu:

1. *Who?*

Siapa? Adalah orang yang ingin menyampaikan pesan serta tujuannya ke orang lain dalam hal ini adalah komunikator ke komunikan.

2. *Say What?*

Pesan apa yang ingin disampaikan dalam berkomunikasi.

3. *In Which Channel?*

Dengan media apa komunikan dan komunikator melakukan komunikasi.

4. *To Whom?*

Untuk siapa saja stratrgi itu dilakukan.

5. *With What Effect?*

Efek/dampak apa yang diberikan dari hasil komunikasi yang telah dilakukan.

2.1.2.3 Pembelajaran *offline*

Belajar adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh siswa dengan tujuan untuk perubahan tingkah laku menjadi lebih baik, disiplin, dan untuk menambah wawasan menjadi luas. Pendidik sangat berperan penting dalam proses belajar mengajar.

Dalam pembelajaran guru berinteraksi dengan siswanya secara tatap muka. Pembelajaran *offline* atau bisa disebut pembelajaran tatap muka (*face to face*) adalah konsep belajar mengajar antara guru dengan peserta didik yang dilakukan secara langsung tanpa perantara dan dilakukan di sebuah ruangan yang biasa kita sebut kelas. Hal ini bertujuan agar siswa dapat belajar sesuai dengan tujuan yang sudah tentukan.

Pembelajaran tatap muka harus direncanakan secara khusus berdasarkan kaidah-kaidah pengembangan bahan ajar dan standar proses dalam penerapannya. Pada pembelajaran tatap muka, kemampuan mengajar guru sangat menentukan, misalnya penguasaan konsep materi pelajaran dan lingkungan tempat belajar.

Dalam pembelajaran tatap muka, banyak metode yang digunakan oleh guru agar para siswa dapat mengerti dan dapat mempraktekkan apa yang mereka pelajari. Beberapa metode yang dilakukan oleh guru selama proses belajar

mengajar tatap muka yaitu; presentasi, diskusi kelompok, eksperimen, dll. Guru juga harus mengetahui dulu bagaimana sifat dan perilaku para siswa agar strategi yang telah dirancang dapat terlaksanakan dengan baik dan dapat membuat para siswa mengerti dengan apa yang telah dijelaskan.

Dalam proses pembelajaran *offline* atau tatap muka, guru juga dapat mempraktekkan bagaimana cara menyampaikan pesan secara efektif melalui beberapa elemen penting yaitu, kata-kata, intonasi, dan juga gestur atau gerak tubuh.

Santayasa (2005) mengungkapkan bahwa terdapat dua faktor yang cukup esensial dalam pembelajaran yang bermakna, yaitu orientasi desain dan evaluasi pembelajaran. Pembelajaran hendaknya mencoba menggali kesulitan-kesulitan belajar para siswa berbasis pengetahuan awal dengan desain pembelajaran berorientasi pada fenomena dunia nyata, Pembelajaran hendaknya diupayakan dapat memberdayakan pengetahuan awal dan evaluasi yang konprehensif, kerja individu berbasis proyek, pemecahan masalah kolaboratif, dan kerja kooperatif dalam kelompok kecil.

Menurut Mursell & Nasution (2008) mengajar dengan sukses tidak bisa dilakukan menurut suatu pola tertentu yang diikuti secara rutin. Dalam mengajar memerlukan kecakapan, pemahaman, inisiatif, dan kreatifitas dari pihak pengajar agar belajar mengajar berhasil dengan baik.

Dalam pembelajaran tatap muka, terdapat dua strategi, yaitu; strategi yang berpusatkan pada guru (*teacher centre oriented*) dan strategi yang berpusatkan

pada peserta didik (*student centre oriented*). Pendekatan pembelajaran yang dipusatkan pada guru ini menggunakan strategi ekspositori, dimana kegiatan belajar mengajar dipimpin langsung oleh guru dengan metode diskusi, ceramah, atau tanya jawab. Sedangkan pendekatan pembelajaran yang dipusatkan pada peserta didik menggunakan strategi diskoveri inkuiri (*discovery inquiry*) ini melibatkan peserta didik dengan menggunakan metode belajar kelompok, eksperimen, dan sebagainya.

2.1.2.4 Pandemi Covid-19

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan *Sars-CoV-2*. Virus ini menyebabkan infeksi pada saluran pernafasan seperti terserang flu dan juga batuk. Penyakit ini dapat tersebar melalui air liur bersin dan juga batuk.

Covid-19 ini awal penyebarannya terjadi di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Penyebaran virus ini sangat cepat sehingga hampir semua negara melaporkan penemuan kasus Covid-19, tak terkecuali di negara Indonesia yang juga melaporkan adanya kasus Covid-19 pertama kali pada awal Maret 2020.

Menurut WHO (*World Health Organization*) Pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia (*World Health Organization, 2020*). Dalam istilah kesehatan, pandemi berarti terjadinya wabah suatu penyakit yang menyerang banyak korban, serempak di berbagai negara. Sementara dalam kasus COVID-19,

badan kesehatan dunia WHO menetapkan penyakit ini sebagai pandemi karena seluruh warga dunia berpotensi terkena infeksi penyakit COVID-19.

Berdasarkan bukti ilmiah, virus COVID-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/bersin. Orang yang paling berisiko tertular penyakit ini adalah orang yang kontak erat dengan pasien COVID-19 termasuk yang merawat pasien COVID-19 (Kemenkes RI, 2020).

Saat ini Indonesia memasuki darurat pandemi COVID-19 menurut data dari covid19.go.id masyarakat Indonesia memiliki angka positif corona mencapai 6 juta orang, angka positif sembuh mencapai 5,8 juta orang, dan tercatat angka kematian karena virus corona mencapai 156 ribu orang. Angka-angka tersebut membuat presiden Indonesia bapak Joko Widodo membuat kebijakan bagi masyarakat Indonesia untuk tetap melakukan *social distancing* atau jaga jarak dan menghindari kontak fisik demi memutus rantai penyebaran virus COVID-19 minimal 1 meter.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Model Komunikasi Berlo

Pada tahun 1960, seorang peneliti komunikasi yang bernama David Kenneth Berlo mengenalkan model komunikasi dengan istilah SMCR yang terdiri dari berbagai komponen yang meliputi sumber atau pengirim pesan (*Source/sender*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima pesan (*receiver*).

Model komunikasi ini dikembangkan Berlo untuk menggambarkan hubungan antar pengirim pesan dengan penerima pesan. Berlo mengikuti serta mengembangkan model komunikasinya berdasarkan model komunikasi yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver pada tahun 1949. Dalam model komunikasi Shannon dan Weaver, komunikasi dibagi ke dalam 5 (lima) komponen, yaitu; *source, message, transmitter, signal, receiver*, dan *destination*. Kemudian Berlo menambahkan komponen lainnya yaitu *programming* atau *instructing* dan interpretasi dari pengirim pesan dan penerima pesan.

Dalam situasi tatap muka, kelompok kecil, dan komunikasi publik (pidato), saluran komunikasinya adalah udara yang menyalurkan gelombang suara. Dalam komunikasi massa, terdapat banyak saluran: televisi, radio, surat kabar, buku, dan majalah. Model Berlo juga melukiskan beberapa faktor pribadi yang mempengaruhi proses komunikasi: keterampilan berkomunikasi, pengetahuan, sistem sosial, dan lingkungan budaya sumber dan penerima. (Mulyana, 2015, h:162)

2.1.3.2 Elemen-elemen dalam Model Komunikasi Berlo

Model komunikasi SMCR Berlo memiliki 4 (empat) elemen utama yang mendukung terjadinya proses komunikasi. Keempat elemen tersebut juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berikut uraian singkat dari keempat elemen tersebut.

1. *Source* (Sumber)

Sumber sering disebut juga dengan pengirim, komunikator atau dalam Bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, sumber atau pengirim pesan memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam menjalankan komunikasi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elemen *source* (sumber), yaitu:

a. Keterampilan komunikasi (*communication skills*)

Merupakan kemampuan individu untuk berkomunikasi seperti kemampuan berbicara, menulis, membaca, mendengarkan, dan sebagainya.

b. Sikap (*attitudes*)

Merupakan sikap yang diberikan oleh sumber kepada diri sendiri, khalayak, dan lingkungan dapat memberikan perubahan makna dan efek pesan.

c. Pengetahuan (*knowledge*)

Merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh sumber tentang subjek pesan yang lebih terhadap khalayak.

d. Sistem sosial (*social system*)

Meliputi beberapa aspek sosial seperti nilai-nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan pemahaman umum terkait masyarakat.

e. Budaya (*culture*)

Merupakan bagian dari masyarakat yang juga berada dalam sistem sosial. Latar belakang budaya yang dimiliki oleh

individu dapat mempengaruhi dalam pembentukan serta penerimaan pesan. Dengan kata lain, perbedaan budaya mempengaruhi dalam penerimaan pesan.

2. *Message* (Pesan)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi ini adalah sesuatu yang dikirimkan oleh *source* (sumber) kepada penerima. Pesan tersebut dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. isi dari pesan tersebut bisa berupa ilmu pengetahuan, informasi, dan juga nasihat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi elemen pesan ini yaitu:

a. Elemen (*elements*)

Menyangkut beberapa hal nonverbal seperti bahasa, gestur, bahasa tubuh, dan lainnya.

b. Struktur (*structure*)

Merujuk pada struktur pesan yang berdampak pada keefektifan sebuah pesan. Pesan bisa jadi sama namun struktur pesan yang tidak baik akan membuat pesan tidak dapat diterima dengan baik oleh *receiver* atau penerima pesan.

c. Isi (*content*)

Merujuk pada materi dalam pesan yang dipilih oleh sumber untuk mengekspresikan tujuannya. Isi atau *content* memiliki elemen dan struktur.

d. Perlakuan (*treatment*)

Merujuk pengemasan pesan yang mencakup bagaimana pesan dikirimkan kepada penerima pesan serta memberikan efek terhadap umpan balik yang diberikan oleh penerima pesan.

e. Kode (*code*)

Merujuk pada kode pesan dalam artian bagaimana bentuk pesan yang dikirimkan misalnya bahasa sebagai alat komunikasi, bahasa tubuh, gestur, music, dan budaya. Pesan akan sangat jelas apabila kode-kode pesan sangat baik.

3. *Channel* (Saluran/media)

Saluran atau media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Ada beberapa saluran komunikasi, seperti telepon, surat, telegram, yang digolongkan oleh media komunikasi antarpribadi.

Namun dalam komunikasi secara umum, panca indera manusia merupakan saluran komunikasi yang berdampak pada keefektifan *channel* atau saluran komunikasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi elemen *channel* yaitu:

- a. Melihat (*seeing*)
- b. Mendengar (*hearing*)
- c. Menyentuh (*touching*)
- d. Membau (*smelling*)

e. Merasai (*Tasting*)

4. *Receiver* (Penerima)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang diberikan oleh pengirim/sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, dan bisa dalam bentuk kelompok. Berlo mengatakan bahwa seorang komunikator harus bisa memahami penerima pesan karena penerima adalah salah satu faktor yang sangat menentukan berhasil atau tidaknya proses komunikasi.

Penerima pesan juga elemen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Keterampilan komunikasi (*communication skills*)

Merupakan keterampilan komunikasi penerima pesan atau *receiver*.

b. Sikap (*attitudes*)

Merupakan sikap yang diberikan oleh penerima pesan sebelum dan sesudah menerima pesan.

c. Pengetahuan (*knowledge*)

Merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh *receiver* atau penerima pesan agar pesan dapat diterima dengan baik.

d. Sistem sosial (*social system*)

Meliputi nilai-nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan lain-lain yang mempengaruhi penerima dalam menerima pesan yang dikirimkan oleh sumber.

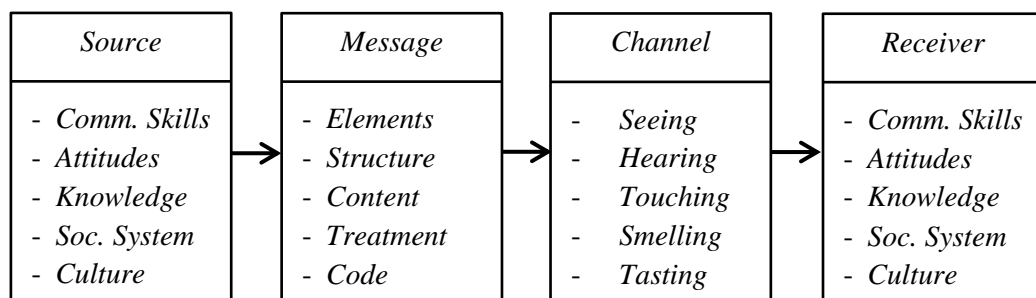
e. Budaya (*culture*)

Merupakan bagian dari sistem sosial yang mempengaruhi cara *receiver* atau penerima dalam menerima pesan.

Model komunikasi Berlo ini meyakinkan bahwa agar terjalannya komunikasi yang efektif maka baik *source* (sumber) maupun *receiver* (penerima pesan) hendaknya berada di tingkatan yang sama.

Gambar 2.1

Model Komunikasi SMCR David K. Berlo



(Sumber: Mulyana, 2015)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah. Penyusunan suatu kerangka pemikiran harus bertitik tolak dari seleksi evidensi ilmiah berupa kesimpulan hasil penelitian para pakar ilmiah terdahulu, yang masih berlaku dan belum pernah dibantah oleh pihak lain (Ardianto, 2016:20).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model David K Berlo. Model ini dikemukakan pada 1960 dan dikenal dengan sebutan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Sumber adalah pihak yang menciptakan pesan baik seseorang maupun kelompok orang. Pesan menurut Berlo adalah suatu pesan yang disandi oleh suatu sumber atau seseorang dan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan dan kode. Yang dimaksud saluran dalam komunikasi adalah televisi, radio, surat kabar, buku dan sebagainya. Penerima adalah orang atau orang-orang atau khalayak pembaca, pendengar, atau penonton yang menerima pesan.

Salah satu kelebihan model Berlo adalah bahwa model ini tidak terbatas pada komunikasi publik atau komunikasi massa, namun juga komunikasi antarpribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis. Model Berlo juga memiliki sifat heuristik yakni merangsang penelitian karena merinci unsur-unsur yang penting dalam proses komunikasi.

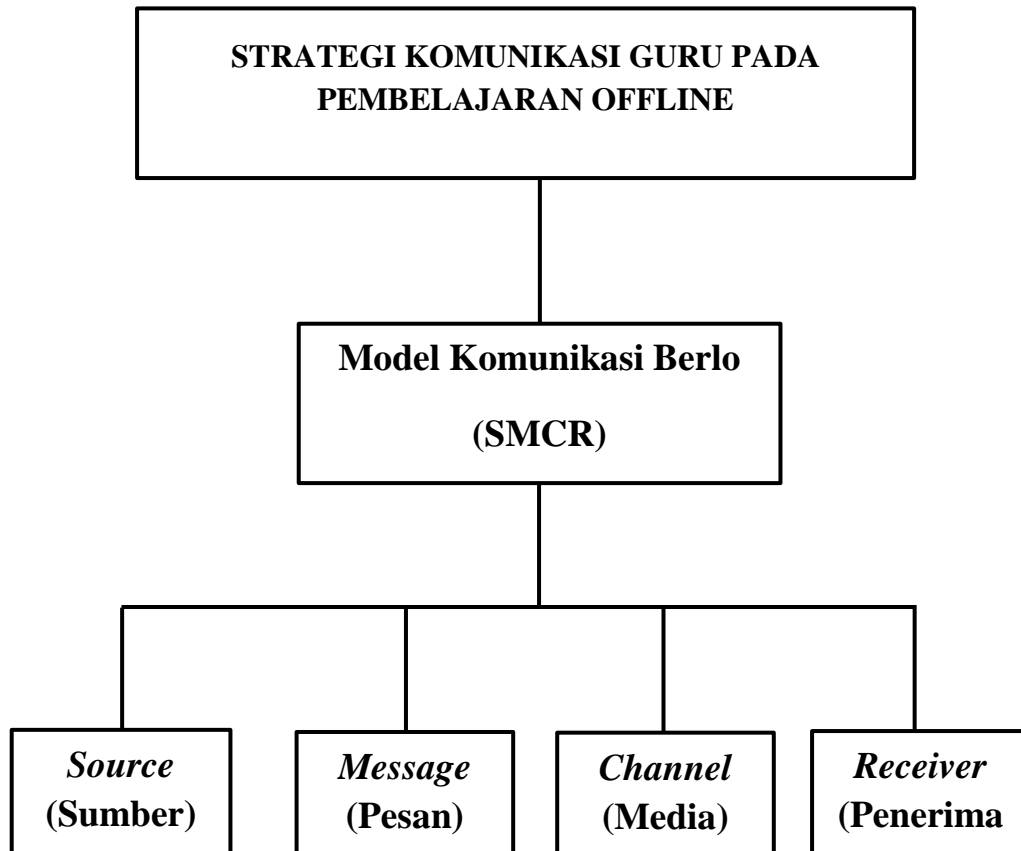
Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan sumber atau pengirim pesan yaitu guru SMAN 4 Bukittinggi kepada penerimanya yaitu murid. 4 komponen yang ada di dalam model komunikasi berlo ini digunakan sebagai pedoman untuk menyempurnakan penelitian ini.

Dimana *source* (sumber) adalah guru SMAN 4 Bukittinggi, *message* (pesan) adalah informasi atau materi yang disampaikan oleh guru SMAN 4 Bukittinggi kepada muridnya, *channel* (media) adalah media apa yang digunakan guru SMAN 4 Bukittinggi untuk menyampaikan materi tersebut, dan *receiver* (penerima) adalah murid yang menuntut ilmu di SMAN 4 Bukittinggi.

Strategi komunikasi tersebut akan dikaitkan dengan 6 teknik strategi komunikasi menurut Anwar Arifin yaitu *redundancy*, *canalizing*, informatif, persuasif, edukatif, dan koersif.

Gambar 2.2

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

