BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjukkan fokus dalam penelitian ini, maka peneliti perlu menelaah tentang beberapa penelitian yang telah ada. Adapun beberapa penelitian yang telah membahas mengenai strategi komunikasi dan beberapa pemberdayaan masyarakat yaitu:

1. Skripsi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember yaitu Ida Mar'atus Sholichah yang berjudul : Strategi Komunikasi Pengelola Perpustakaan STAIN Jember untuk Menarik Minat Baca Mahasiswa. Dalam skripsi ini memiliki fokus masalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola perpustakaan STAIN Jember untuk menarik minat baca mahasiswa. Dan hasil dari penelitian ini adalah pengelola STAIN Jember menggunakan komunikasi verbal untuk menarik minat baca mahasiswa seperti melontarkan senyum, berkata yang baik, serta salam. Metode yang digunakan adalah jenis pendekatan kualitatif dan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan metode analisa menggunakan kualitatif deskriptif.

   Penelitian di atas memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Persamaan dari penelitian ini diantaranya dari segi obyek penelitian yaitu membahas mengenai strategi komunikasi serta sama-sama menggunakan penelitian kulitatif, dengan pendekatan

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

kualitatif deskriptif, serta pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun, penelitian terdahulu di atas memiliki beberapa perbedaan yaitu dari segi fokus masalah dan lokasi penelitian. Dari penelitian yang dilakukan oleh Ida Mar'atus Sholichah fokus masalah yang ambil adalah startegi komunikasi pengelola perpustakaan STAIN Jember, serta pendukung maupun penghambat strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola perpustakaan STAIN Jember. Sedangkan konteks pembahasan, titik fokus dan objek penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah strategi komunikasi Dinsosnakertran dalam mensejahterakan masyarakat miskin di Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi. Hal ini yang sangat terlihat bahwa antara penelitian yang dilakukan Ida Mar'atus Sholihah dengan peneliti ini sangat jauh berbeda.[26]

2. Skripsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Rima Fitriani yang berjudul: Strategi Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Yogyakarta dalam Penanggulangan Kemiskinan melalui Kartu Menuju Sejahtera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan dicanangkannya program Kartu Menuju Sejahtera (KMS) oleh pemerintah Kota Yogyakarta, masalah kemiskinan bisa teratasi secara berangsur. Hal ini ditunjukkan dengan semakin berkurangnya angka putus sekolah di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan

[26] Ida Mar'atus Sholichah, "*Strategi Komunikasi Pengelola Perpustakaan STAIN Jember untuk Menarik Minat Baca Mahasiswa,"* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2014), 64-65.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

metode penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dari penelitian ini memiliki persamaan tema yaitu mengenai penanggulangan kemiskinan dan menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif deskriptif, serta teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa perbedaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rima Fitriani hanya tentang strategi atau perencanaannya, sedangkan peneliti meneliti tentang strategi komunikasi. Tidak hanya itu, perbedaan juga terletak pada lokasi penelitian yaitu skripsi Rima Fitriani dilaksanakan di daerah Yogyakarta sedangkan peneliti akan melakukan penelitian di Kabupaten Banyuwangi dan program yang dilaksanakan juga berbeda, Dinsosnakertran Banyuwangi melaksanakan Program Keluarga Harapan, sedangkan penelitian di atas Dinsos DIY menggunakan program KMS.[27]

3. Skripsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Ayu Saidah yang berjudul Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana di Kalianda Lampung Selatan. Dalam skripsi ini, strategi komunikasi yang digunakan yaitu strategi komunikasi *Individual Development* (Pengembangan Individu) dan strategi manajemen di mana hal yang dilakukan ialah pengembangan tim di masyarakat, pemilihan kader KB, orientasi atau pelatihan kader KB, analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan dan penilaian

[27] Rima Fitriani, *"Strategi Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Yogyakarta dalam Penanggulangan Kemiskinan melalui Kartu Menuju Sejahtera",* (Skripsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013), 43.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

terhadap lingkungan eksternal. Bentuk komunikasi` yang dominan dilakukan adalah bentuk komunikasi interpersonal, di mana pihak PLKB lebih menekankan kepada hubungan interpersonal yang baik sehingga akan menumbuhkan derajat kebutuhan orang untuk mengungkapkan masalah yang dihadapinya khususnya masalah penggunaan KB, memungkinkan setiap pesertanya dapat menangkap apa yang dijelaskan oleh pihak PLKB baik secara verbal maupun nonverbal, sehingga apa yang disampaikan oleh pihak PLKB dapat tersampaikan oleh masyarakat.

Dari penelitian yang dilakukan Ayu Saidah sama-sama mengenai strategi komunikasi. Namun, obyek penelitian Ayu Saidah yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh badan pemberdayaan perempuan dan keluarga berencana di Kalianda Lampung Selatan sedangkan obyek penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinsosnakertran dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin di Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi.[28]

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi pembahasan tentang teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan

[28] Ayu Saidah, *"Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana di Kalianda Lampung Selatan",* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), 92.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

rumusan masalah dan tujuan penelitian.[29] Adapun beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini tentang Strategi Komunikasi Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin, adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) yang manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersbut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata, bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu yang bergantung dari situasi dan kondisi.[30]

Menurut onong dalam karangan bukunya yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi di kalangan militer terdapat ungkapan yang amat terkenal yang berbunyi "*two twin the war, not to win the battle"* yang jika kita terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran. Pentingnya strategi adalah untuk memenangkan perang, sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran.

[29] Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 74.
[30] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2009), 32.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.[31]

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, sebab teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah teruji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold Lasswell.

Laswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "*Who Says, What In, Which Channel, To Whom, What Effect?*".[32]

Untuk efektifnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut, yaitu:

a. *Who?* (Siapakah Komunikatornya?)
b. *Says What?* (Pesan apa yang dinyatakannya?)
c. *In Which Channel?* (Media apa yang digunakannya?)

[31] Mutohar, Komunikasi, 143.
[32] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 29.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

d. *Tho Whom?* (Siapa Komunikannya?)

e. *Whit What Effect?* (Efek apa yang diharapkannya?

Rumus Lasswell ini nampaknya sederhana saja. Tetapi jika kita kaji lebih jauh, pertanyaan "Efek apa yang diharapkan?", secara emplisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Pertanyaan tersebut ialah:

- *When* (Kapan dilaksanakannya?)
- *How* (Bagaimana melaksanakannya?)
- *Why* (Mengapa dilaksanakan demikian?)

Rumus Lasswell tersebut mengandung pertautan dengan beberapa teori komunikasi lainnya. Pertama-tama fokus perhatian perlu ditujukan kepada komponen komunikan.[33]

Sehubungan dengan perencanaan komunikasi, maka ada 4 unsur pokok yang selanjutnya direncanakan, yaitu:

1) Pelaksana (pemerintah atau/dan swasta)
2) Tujuan dan sasaran
3) Jalan dan peralatan yang akan dicapai/diadakan
4) Lingkungan yang menunjang perwujudan rencana[34]

Barbara O'keefe mengajukan dua pendekatan mengenai teori produksi pesan, yang disebutnya dengan model pilihan strategi (*Strategy chois*) dan desain pesan (*message design*). Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan untuk

[33] Ibid., 30.
[34] Mutohar, *Komunikasi*, 146.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan.[35]

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi, dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan ialah mengenal khalayak atau sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal ini dimaksudkan selain agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat "dijinakkan", juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang berasal dari sumber (komunikator) lain.[36] Beberapa perumusan atau perencanaan dalam proses komunikasi, yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi, oleh

[35] Morissan, Andy orry Wardhany, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 104.
[36] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas,* (Bandung: CV. Armico, 1984), 59.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

komunikator tetapi komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak.

Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak (pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, dan pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata-kata yang digunakan), pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada, dan situasi di mana khalayak itu berada.[37]

Di samping itu pengenalan mengenai khalayak dapat juga diperoleh melalui pendugaan-pendugaan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan teoritis mengenai manusia baik sebagai makhluk biologik maupun sebagai makhluk sosial. Justru itu, pengenalan mengenai manusia sangat diperlukan. Unsur manusia dalam komunikasi adalah unsur yang sangat penting dan merupakan inti dari proses komunikasi dan publisistik. Manusialah pelaku dan sekaligus sasaran dari kegiatan komunikasi atau publisistik itu.

Pada dasarnya komunikasi yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya baik yang bersifat pribadi

[37] Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 184.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

maupun yang bersifat sosial. Pemenuhan kebutuhan itu, tidak lain daripada usaha manusia untuk mempertahankan dan mempertahankan hidupnya. Dengan kata lain usaha pemenuhan kebutuhan hidup merupakan perwujudan perjuangan manusia untuk hidup. Hal inilah yang memotivasi segala aktifitas dan dinamika manusia dalam hidupnya, termasuk dalam memberi reaksi terhadap rangsangan-rangsangan pesan yang menyentuhnya.[38]

Demikianlah sekedarnya pengenalan kita tentang manusia, sebagai sumber dan sasaran bahkan tujuan dari segala kegiatan komunikasi. Dalam mencapai efektivitas, pengenalan tentang manusia adalah hal yang paling penting.[39]

b. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.

Telah dijelaskan bahwa individu dalam saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber. Tetapi tidaklah semua rangsangan itu dapat mempengaruhi khalayak, justru karena tidak semuanya dapat diproses menjadi milik rohani. Sesuatu yang menjadi milik rohani, haruslah terlebih dahulu melalui

[38] Arifin, *Strategi*, 62.
[39] Ibid., 67.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

pintu perhatian, setelah melewati panca indera dan menjadi pengamatan.

Adapun proses menyusun pesan yaitu dengan menggunakan rumus AIDDA sebagai *adoption process,* yaitu *Attention, Interest, Desire, Decision,* dan *Action.* Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian, kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan, sehingga khalayak memiliki hasrat untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan untuk mengamalkannya dalam tindakan.[40]

Jadi, proses tersebut, harus bermula dari perhatian, sehingga pesan komunikasi yang tidak menarik perhatian, tidak akan menciptakan efektivitas.

Dalam masalah ini, Wilbur Schramm (1955) mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut sebagai berikut:

1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

[40] Ibid., 193.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

4) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

c. Menentukan Metode

Seperti telah dirangsang, bahwa mencapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan, yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka juga akan turut dipengaruhi oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran. Dalam dunia komunikasi pada metode penyampaian/mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya.[41]

2. Jenis Komunikasi

Komunikasi dibagi dalam beberapa jenis. Dari segi media dan peserta (komunokator dan komunikan), yaitu komunikasi persona, komunikasi massa, dan komunikasi kelompok.

Komunikasi persona disebut juga komunikasi antar individu, yaitu komunikasi yang berlangsung antara dua orang individu atau lebih. Komunikasi ini bisa berlangsung secara tatap muka (*face to face communication*), tetapi juga biasa berlangsung dengan menggunakan alat bantu (medium) seperti telepon, surat, telegram, dan lain-lain. Edwars

[41] Ibid., 198.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

sapir menyebut hal ini sebagai komunikasi antar individu beralat, sedang komunikasi tatap muka disebut komunikasi individu sederhana.[42]

Komunikasi yang berlangsung antara individu atau kelompok (organisasi) dengan massa, dinamakan komunikasi massa. Komunikasi massa dapat berlangsung secara tatap muka antara individu dengan massa, seperti dalam *rethorika* (pidato), tetapi lebih umum dikenal, adalah berlangsung dengan menggunakan media massa.[43]

Komunikasi kelompok (*Group communication*) berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Komunikasi kelompok berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti rapat, pertemuan, konferensi, dan sebagainya.[44] Sekelompok orang yang menjadi komunikan tersebut bisa berjumlah sedikit yang berarti kelompok kecil (*small group communication*) dan bisa juga kelompok yang berjumlah banyak yang berarti kelompok besar (*large group communication*).[45]

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok ini, kaomunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan. Pada situasi komunikasi seperti itu, logika berperan penting karena komunikan akan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator. Komunikan juga dapat menanggapi uraian

[42] Arifin, *Strategi*, 19.
[43] Ibid., 20.
[44] Ibid., 19.
[45] Onong, *Komunikasi*, 75.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti dan dapat menyanggah bila tidak setuju.

Komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada efeksi komunikan dan prosesnya berlangung secara linier. Pesan yang disampaikan komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Komunikan dalam komunikasi ini bersifat heterogen yang mana mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, dan lain sebagainya. Komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti komunikasi kelompok kecil, pidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang orator dengan salah seorang dari khalayak massa.[46]

Terdapat faktor personal yang mempengaruhi kelompok yaitu kebutuhan interpersonal, tindak komunikasi, dan peranan.

a. Kebutuhan Interpersonal

William C. Schultz merumuskan teori FIRO (*Fundamental Interpersonal Relation Orientation*). Menurut teori ini, orang memasuki kelompok karena didorong oleh 3 kebutuhan interpersonal, yaitu:

[46] Ibid., 77-79.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

1) *Inclusion:* ingin masuk, menjadi bagian kelompok
2) *Control:* ingin mengendalikan orang lain dalam suatu tatanan hirarkis
3) *Affection:* ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok lain.

b. Tindakan Komunikasi

Bila kelompok bertemu, terjadilah pertukaran informasi. Setiap anggota berusaha menyampaikan atau menerima informasi, baik secara verbal maupun non verbal.

Dalam tindakan komunikasi, termasuk pernyataan, pertanyaan, pendapat, atau isyarat yang disampaikan atau diterima oleh para anggota kelompok.[47]

c. Peranan

Seperti halnya tindakan komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara hubungan emosional yang baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja.[48]

3. Komunikasi Pembangunan

Dari pengamatan terhadap pengembangannya sejak awal hingga sekarang, maka konsep komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam arti yang luas dan terbatas. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan

[47] Riswandi, *Ilmu Komunikasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 127-128.
[48] Ibid., 128.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

secara timbal balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan kemudian pelaksaan, dan penilaian terhadap pembangunan. [49]

Sedang dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan tadi.

Dalam komunikasi pembangunan masyarakat haruslah diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan. Karena keadaan sifat suatu masyarakat bermacam-macam. Tidak sama dari satu tempat ke tempat yang lain. Ada yang umumnya bersifat pasrah, menerima keadaan seperti apa adanya. Ada yang dinamis, selalu ingin maju, ingin mencapai keadaan yang lebih baik dari yang telah dirasakan.[50]

Sifat-sifat dan keadaan masyarakat tersebut antara lain dipengaruhi oleh lingkungan, baik yang bersifat sosial, budaya serta alam fisik yang ada. Bisa terjadi suatu masyarakat bersikap pasif, karena lingkungan sosialnya menyebabkan demikian. Ada pula lingkungan budaya yang membuat masyarakatnya menjadi tidak dinamis. Lingkungan fisik alam

[49] Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan Pengenalan teori dan Penerapannya Edisi Revisi* (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2009), 105.
[50] Ibid., 106

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

yang gersang, keras, dapat pula menjadi menyebab keadaan masyarakat yang bertempat tinggal di situ menjadi tak bersemangat. Oleh karena itu, masyarakat perlu didorong untuk mengubah nasibnya. Kepada mereka dibukakan kesempatan untuk menyarankan kebutuhannya dalam proses pembuatan keputusan yang bersangkutan dengan mereka. Dorongan untuk itu, antara lain dapat ditanamkan melalui motivasi untuk berubah. Dengan jalan itu, minat dan semangat mereka dapat dibangkitkan untuk berupaya mencapai kehidupan yang lebih baik.[51]

Setelah lebih dari dasawarsa masa pembangunan, ide-ide dan pemikiran tentang pembangun ternyata semakin berkembang. Berbeda dengan masa sebelumnya, sekarang dengan tegas diperbincangkan: "apakah sebenarnya tujuan akhir sebuah pembangunan?". Maksudnya, yang hendak dibangun apa? Cukupkah jikayang dibangun ekonomi saja, yang ditandai dengan maningkatnya pendapatan baik pribadi maupun negara? Nyatanya tidak demikian.

Pendapatan per orang ataupun pendapatan nasional (GNP) memang merupakan jalan untuk memperoleh kebutuhan lainnya. Tapi, pendapatan semata-mata bukan merupakan tujuan akhir, melainkan hanya alat untuk mencapai yang dituju. "pembangunan manusia, jauh lebih luas dari sekedar naik turunnya pendapatan nasional. Ia menyangkut penciptaan suatu lingkungan di mana orang dapat mengembangkan potensinya secara

[51] Ibid., 118.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

penuh, dan menuju kehidupan yang produktif, kreatif, sesuai dengan kebutuhan yang diminatinya."[52]

4. Kesejahteraan masyarakat

Kesejahteraan Masyarakat yang semakin sejatera ditandai oleh semakin meningkatnya kualitas kehidupan yang layak dan bermartabat, dengan perhatian utama pada tercukupinya kebutuhan dasar pokok, seperti pangan, papan, sandang, kesehatan, pendidikan dan lapangan kerja yang didukung oleh infrastruktur fisik serta sosial budaya ekonomi yang memadai.

Peningkatan kualitas kehidupan yang lebih difokuskan pada upaya pengentasan masyarakat miskin sehingga secara simultan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, serta adanya iklim berusaha dan berkegiatan yang sehat untuk kelompok-kelompok masyarakat lainnya. Kesejahteraan masyarakat yg berkeadilan, yang tidak ada diskriminasi dalam bentuk apapun, baik antar individu, SARA, gender, maupun wilayah.

Memberikan dan menciptakan standar pelayanan serta cakupan pelayanan secara menyeluruh kepada semua lapisan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat yang berakhlaq mulia, yang tidak hanya sekedar kemajuan di bidang fisik dan ekonomi saja, tetapi juga pada dimensi mental-spiritual, keagamaan, kebudayaan dan non fisik, agar kehidupan

[52] Ibid., 64.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

masyarakat benar-benar sejahtera lahir dan batin serta berakhlaqul mulia, serta kepribadian di bidang budaya. [53]

Menurut Undang-undang No 11 Tahun 2009, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Permasalahan kesejahteraan sosial yang berkembang dewasa ini menunjukkan bahwa ada warga negara yang belum terpenuhi hak atas kebutuhan dasarnya secara layak karena belum memperoleh pelayanan sosial dari negara. Akibatnya masih adanya warga negara yang mengalami hambatan pelaksanaan fungsi sosial sehingga tidak dapat menjalani kehidupan secara layak dan bermatabat.

Konsep kesejahteraan menurut Nasikun, dapat dirumuskan sebagai padanan makna dari konsep martabat manusia yang dapat dilihat dari empat indikator yaitu rasa aman, kebebasan, dan jati diri.

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik Indonesia menjelaskan bahwa guna melihat tingkat kesejahteraan ada beberapa indikator yang dapat dijadikan ukuran, antara lain adalah: Tingkat pendapatan keluarga, tingkat pendidikan keluarga, dan tingkat kesehatan keluarga.

[53] Dinsosnakertran Banyuwangi, "*Tugas Pokok, Fungsi, Visi dan Misi Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Banyuwangi".* http://www.Dinsosnakertran Banyuwangi.com/ppid/tupoksi-Dinsosnakertran-Banyuwangi (3 Januari 2016)

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id