

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, atau perasaan antara individu atau kelompok. Komunikasi melibatkan pengirim (komunikator), penerima (komunikan), pesan, dan saluran (media) yang digunakan untuk menyampaikan pesan. David Holmes (2010): Holmes menekankan pada komunikasi sebagai proses negosiasi makna. Menurutnya, komunikasi tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga melibatkan interpretasi dan konstruksi makna yang dinegosiasikan oleh para peserta komunikasi.

Menurut Fisher (1986:17) ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat eklektif. Sifat eklektif ilmu komunikasi digambarkan oleh Wilbur Schramm (1963:2) sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya.

Berger dan Chaffe (1983):17) menerangkan bahwa ilmu komunikasi adalah: "Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect." (ilmu komunikasi itu mencari untuk

memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem signal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya).

T.Hani Handoko (2012) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi atau gagasan kepada orang lain dari diri sendiri. Perpindahan pengertian ini tidak hanya menggunakan kata-kata, tetapi juga intonasi, ekspresi wajah, dan sarana lain untuk menjamin keakuratan informasi yang disajikan. Menurut yang dipaparkan Hani Handoko, untuk dapat terlaksananya proses komunikasi diperlukan kemampuan berbicara yang jelas, memahami ekspresi wajah, dan berbahasa agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan sesuai dengan permintaan penerima.

Dalam penelitian ini, peneliti mempelajari beberapa aspek yaitu komunikasi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan juga komunikasi massa.

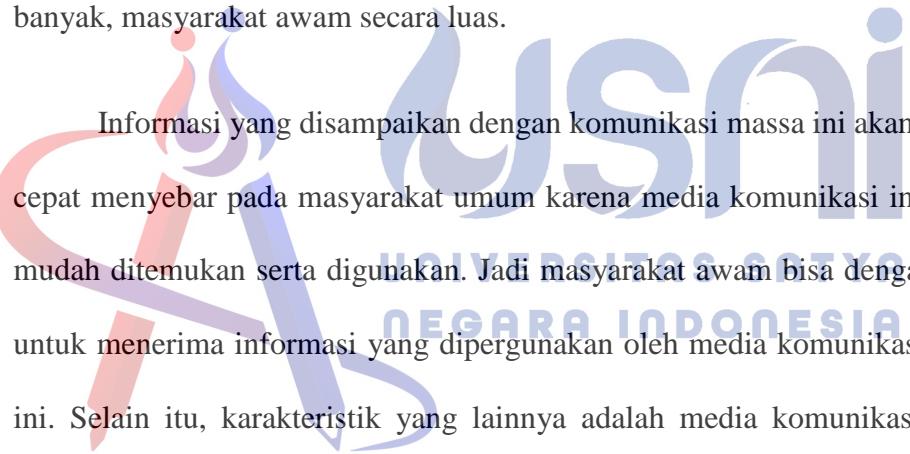
Cherry 1964 menyatakan dalam (Cangara, 2017:20). Menurut etimologinya, kata “komunikasi” berasal dari kata Latin “communicatio”, dan kata “communis” berarti “menciptakan atau membangun hubungan antara dua orang atau lebih”. Sebagai alat sosial dan komunikasi, manusia dalam kesehariannya diwakilkan dengan berbagai simbol, misalnya tasus yang diciptakan oleh manusia sendiri atau yang bersifat ramah. Berdasarkan diagram, ada dua jenis komunikasi: verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal

melibatkan penggunaan bahasa (lisan), sedangkan komunikasi nonverbal biasa disebut dengan “isyarat” atau “diam”. Cangara (2017), hal. 111.

Komunikasi massa diartikan sebagai komunikasi massa dengan menggunakan media massa, baik elektronik maupun cetak, yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang terlibat dan ditujukan kepada sejumlah besar individu di berbagai lokasi, baik anonim maupun heterogen. Mulyana (2015), hal. 83. Menurut Joseph A. Devito, pengertian komunikasi massa adalah sebagai berikut: pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa dengan tujuan untuk menentukan jumlah orang yang biasanya tidak hadir. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui sarana pendengaran dan/atau visual (Nurudin, 2017:12).

Komunikasi massa adalah suatu komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan seorang lainnya atau lebih melalui media massa. Baik itu media cetak maupun media digital. Karakteristik dalam prosesnya, komunikasi massa bersifat lebih kompleks dan bersifat satu arah, sehingga dapat dipastikan dalam komunikasi massa ini akan mengalami berbagai hambatan dari berbagai sisi. Seiring perkembangan kehidupan, komunikasi massa berperan penting, bahkan diberbagi kegiatan tergantung pada komunikasi massa ini. Reaksi dari para komunikator atau penerima pesan terhadap suatu pesan yang disampaikan. Melalui media massa, tergantung pada bagaimana situasi dan kondisi komunikasi. (Kustiawan, et al, 2022).

Proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks Jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terdapat di dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Yang menjadi ciri dalam komunikasi massa tak hanya sulitnya dalam memilih siapa yang bertanggung jawab dengan hal tersebut. Komunikasi massa juga memiliki ciri yaitu komunikasi yang bersifat awam. sesuai dengan namanya, komunikasi massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada khalayak banyak, masyarakat awam secara luas.



Informasi yang disampaikan dengan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar pada masyarakat umum karena media komunikasi ini sangat mudah ditemukan serta digunakan. Jadi masyarakat awam bisa dengan cepat untuk menerima informasi yang dipergunakan oleh media komunikasi massa ini. Selain itu, karakteristik yang lainnya adalah media komunikasi massa bersifat serempak. informasi yang disebarluaskan ini akan dengan serempak didapat oleh masyarakat umum serta masyarakat luas karena pengirimnya yang hanya dilakukan satu kali menggunakan tujuan utamanya yaitu umum, maka komunikator tak wajib melakukan pengiriman secara berulang, sehingga pesan akan dengan mudah serta cepat tersampaikan dengan serempak.

Komunikasi massa bersifat satu arah. karena diantara komunikator serta komunikan tak bertatap muka secara pribadi, maka tidak akan terdapat dialog antara keduanya. seorang komunikator akan sibuk dengan kegiatan

penyampaian pesan yang ia lakukan. sementara seorang komunikator akan sibuk dengan aktivitas ia mendapatkan pesan, dengan begitu komunikasi ini hanya bersifat satu arah. Feedback yang tertunda atau secara tidak langsung juga merupakan salah satu karakteristik komunikasi media massa. dalam hal ini penyebab komunikasi mampu tertunda atau secara tidak langsung sebab proses yang dilakukan antara komunikator dengan komunikator tidak bertatap muka secara langsung sehingga dapat terjadi penundaan pada pengiriman pesan (Kustiawan, et al, 2022).

Komunikasi massa bersifat satu arah. karena diantara komunikator serta komunikator tak bertatap muka secara pribadi, maka tidak akan terdapat dialog antara keduanya. seorang komunikator akan sibuk dengan kegiatan penyampaian pesan yang ia lakukan. sementara seorang komunikator akan sibuk dengan aktivitas ia mendapatkan pesan, dengan begitu komunikasi ini hanya bersifat satu arah. Feedback yang tertunda atau secara tidak langsung juga merupakan salah satu karakteristik komunikasi media massa. dalam hal ini penyebab komunikasi mampu tertunda atau secara tidak langsung sebab proses yang dilakukan antara komunikator dengan komunikator tidak bertatap muka secara langsung sehingga dapat terjadi penundaan pada pengiriman pesan (Kustiawan, et al, 2022).

Dengan berkembangnya teknologi digital, komunikasi massa telah mengalami perubahan yang signifikan. Jika dahulu komunikasi massa lebih didominasi oleh media tradisional seperti televisi dan surat kabar, kini media

digital dan platform daring telah menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi. Kehadiran media sosial dan internet telah membuat komunikasi massa menjadi lebih interaktif, di mana audiens dapat memberikan umpan balik secara lebih cepat dan luas. Namun, kemudahan dalam penyebaran informasi ini juga membawa tantangan, seperti penyebaran berita palsu (hoaks), manipulasi informasi, serta pengaruh negatif dari konten-konten yang tidak sesuai dengan etika komunikasi. Oleh karena itu, literasi media menjadi hal yang penting bagi masyarakat agar dapat memahami dan menyaring informasi yang diterima dari berbagai sumber komunikasi massa.

Secara keseluruhan, komunikasi massa merupakan elemen penting dalam kehidupan modern yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Dengan adanya komunikasi massa, masyarakat dapat memperoleh informasi terkini, membentuk opini publik, serta mendapatkan hiburan dari berbagai jenis konten yang tersedia. Namun, penting bagi setiap individu untuk menjadi konsumen informasi yang cerdas dengan memilah dan memahami setiap pesan yang diterima agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan atau propaganda yang tidak bertanggung jawab.

Menurut penulis, Komunikasi massa adalah suatu proses penyampaian pesan, informasi, atau gagasan dari seorang komunikator atau sekelompok komunikator kepada audiens yang luas dan heterogen melalui media massa. Media massa yang digunakan dalam komunikasi ini dapat berupa media cetak, seperti surat kabar dan majalah, serta media elektronik, seperti radio, televisi,

dan internet. Komunikasi massa memiliki karakteristik utama, yaitu bersifat satu arah, di mana pesan dikirim oleh sumber pesan tanpa adanya interaksi langsung dengan penerima pesan. Selain itu, komunikasi massa juga bersifat publik, sehingga pesan yang disampaikan dapat diakses oleh siapa saja tanpa batasan tertentu.

Salah satu ciri utama komunikasi massa adalah jangkauannya yang luas dan mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat dalam jumlah besar. Karena sifatnya yang luas dan terbuka, audiens dalam komunikasi massa biasanya bersifat heterogen, yang berarti bahwa mereka berasal dari latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi yang berbeda-beda. Komunikasi massa juga melibatkan teknologi dan perangkat komunikasi dalam proses penyampaian pesan, seperti percetakan dalam media cetak, pemancar dalam radio dan televisi, serta jaringan internet dalam komunikasi digital. Dalam konteks komunikasi massa modern, media sosial juga telah menjadi salah satu sarana utama dalam menyebarluaskan informasi ke masyarakat secara cepat dan efisien.

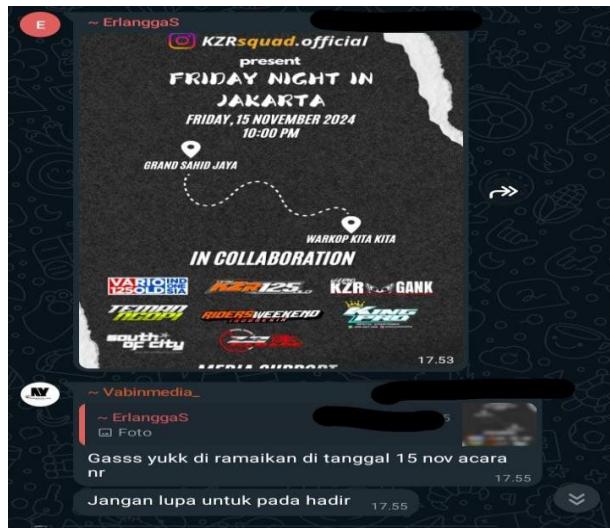
Selain itu, komunikasi massa memiliki karakteristik feedback atau umpan balik yang tidak langsung dan tertunda. Berbeda dengan komunikasi interpersonal atau komunikasi kelompok yang memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan, dalam komunikasi massa, umpan balik dari audiens sering kali terjadi dalam bentuk respons tertunda, seperti opini publik, komentar di media sosial, atau survei kepuasan pemirsa.

Dalam beberapa kasus, komunikasi massa juga dapat membentuk persepsi, sikap, dan opini publik melalui berbagai jenis konten, seperti berita, iklan, propaganda, dan hiburan.

Kelompok adalah sebuah perkumpulan antar individu yang dimana saling menjalin relasi dan mencapai tujuan bersama. Berkenalan satu sama lain, dan memandang mereka dari bagian kelompok tersebut.

Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui.

Pada sejumlah anak muda membuat sebuah perkumpulan yang disebut komunitas, untuk saling menjalin komunikasi yang baik antar individu nya. Mereka juga mempunyai satu pikiran dan tujuan yang sama, yaitu untuk menjalin relasi individu tersebut maupun antar kelompok. Juga, memiliki misi yang sama yaitu untuk terjun dalam sebuah *event* modifikasi atau *event* balap resmi (*drag race*) dan menjalin relasi antar individu maupun relasi antar kelompok.



Gambar 1 : whatsapp group

Gambar diatas menunjukkan segelintir komunikasi yang terjadi di dalam kelompok. Terlihat disana seseorang yang bisa dikatakan sebagai peran ketua sedang mengarahkan anggotanya untuk mengikuti sebuah acara antar komunitas untuk menjalin relasi mereka terhadap kelompok lain.

Menurut B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L., komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih hadir, biasanya di bawah pengaruh seorang pemimpin untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran. Bersama-sama satu sama lain, mereka menggambarkan sifat-sifat komunikasi kelompok berikut:

1. Berkommunikasi melalui tatap muka
2. Memiliki sedikit partisipasi
3. Bekerja dibawah arahan seorang pemimpin
4. Membagi tujuan atau sasaran bersama

5. Anggota kelompok memiliki pengaruh satu sama lain.

Komunitas adalah individu atau orang – orang yang mempunyai kesamaan karakteristik seperti kesamaan geografi, kultur, ras, agama, atau keadaan sosial ekonomi yang setara. Komunitas dapat didefinisikan dari lokasi, ras, etnik, pekerjaan, ketertarikan pada suatu masalah – masalah atau hal lain yang mempunyai kesamaan.



Gambar 2 : *whatsapp group.*

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa, komunikasi kelompok antar ketua dan anggotanya. Ketua sedang memberikan arahan agar anggota nya dapat terus men-support komunitas TeamKZR 125old dalam bentuk membeli *merchandise* berupa *hoodie* dan kaos.

Sebelum analisis data komunitas oleh McMillan dan Chavis, Hillary, George Jr. (1955) telah melangkah lebih jauh dengan melakukan penelitian tentang komunitas dalam psikologi pedesaan. Komunitas didefinisikan sebagai sesuatu yang dibangun menggunakan karakteristik fisik atau lokasi geografis, serta kepentingan atau kebutuhan bersama.

Penulis memilih Judul Penelitian ini dikarenakan untuk menggali sejumlah informasi terkait relasi individu di dalam komunitas maupun relasi komunitas antar komunitas sepeda motor *matic* vario dikalangan remaja maupun dewasa. Penulis menggunakan Metode Analisis *Post-Positivism* bertujuan untuk memahami fenomena *social* yang kompleks dan dinamis, seperti perubahan *social*, perilaku manusia, dan budaya. Penulis juga menggunakan teori Komunikasi Interpersonal, untuk memahami interaksi antar individu dalam kelompok serta penulis ikut andil dalam kelompok tersebut.



Gambar 3 : komunitas TeamKZR 125 old

Manusia adalah makhluk sosial yang secara naluri ingin membentuk dan membina hubungan antar individu lainnya. Komunitas *TeamKZR 125old* dibentuk karena ingin menghubungkan individu lain untuk menjalin relasi satu sama lain. Dalam komunitas *TeamKZR 125old* juga memiliki ketua, yang dimana bertugas untuk mengarahkan individu, memberikan instruksi dan juga informasi, sebagai contohnya adalah instruksi untuk mengikuti kegiatan pada malam minggu yaitu *Night Ride*. *Night ride* ini bertujuan untuk menjalin hubungan antar komunitas diluar sana dan berkumpul Bersama, sekaligus memperkenalkan nama komunitas dari mulut ke mulut. Menurut Phil Venditti (2012) yang komunikasi kelompok adalah pertukaran informasi antara mereka yang memiliki kesamaan secara budaya, linguistik, dan/atau geografi.

Pada awalnya peneliti melihat komunitas *TeamKZR 125old* ini beranggotakan 12 orang, karena ambisi ketua dan para anggotanya saling bekerja sama untuk menghidupkan nama komunitas dengan cara hadir dalam setiap *event* “kopdar” atau kopi darat yang di adakan oleh komunitas yang memiliki nama besar. Mulai dari itu, anggota *TeamKZR 125old* mulai bertambah, menjadi 30 orang. Ketua dan anggota saling bekerja sama untuk memperkenalkan nama Komunitas tersebut ke khalayak dengan cara membuat konten *cinematic* motor yang akan di *upload* pada media sosial komunitas yaitu Tiktok dan Instagram. Akibat upaya tersebut, komunitas *TeamKZR 125old* semakin dikenal banyak khalayak, hingga anggota bertambah menjadi 220 anggota hingga sekarang.

Komunikasi antarpribadi dalam konteks komunitas adalah proses interaksi dan pertukaran informasi yang terjadi antara individu-individu yang merupakan bagian dari komunitas tersebut. Komunikasi ini melibatkan berbagai bentuk, mulai dari percakapan tatap muka, diskusi kelompok, hingga interaksi melalui media sosial atau platform daring lainnya.

Komunikasi antarpribadi yang efektif dalam komunitas sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang harmonis, inklusif, dan produktif. Dengan komunikasi yang baik, anggota komunitas dapat merasa terhubung, didukung, dan termotivasi untuk berkontribusi pada kemajuan bersama.

Devito (2013): Komunikasi kelompok adalah proses interaksi yang melibatkan tiga orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama.

Dalam komunikasi kelompok, mereka saling menerima pesan secara bergantian, dan mereka juga harus menerima pesan itu dengan baik agar menimbulkan kesinambungan atau keharmonisan dalam relasi komunikasi mereka sebagai anggota kelompok.

Adler & Elmhorst (2013): Komunikasi kelompok adalah proses di mana anggota kelompok berbagi informasi, ide, dan perasaan untuk mencapai pemahaman bersama dan mempengaruhi satu sama lain.

Dalam Komunitas tersebut mereka saling memberikan dukungan satu sama lain, memberikan inovasi satu sama lain, memecahkan suatu masalah

secara Bersama, sehingga membentuk suatu komunikasi kelompok yang harmonis.

Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis. Dengan Metode Analisis Fenomenologi menurut Tom Donoghue and Keith Punch Ed, yang mengatakan bahwa “*the phenomenological method, which consists of four key qualities (i.e. description, reduction, essences, and intentionality) common to all types of phenomenology*”. Peneliti menggunakan teori dan asumsi sementara untuk melihat fenomena yang akan berubah suatu waktu karena adanya pergerakkan dinamis dari masyarakat *social*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan mengumpulkan berbagai Narasumber di sebuah komunitas *TeamKZR 125old*, dan melakukan studi pustaka. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah memahami bagaimana relasi antar individu di dalam komunitas itu, memahami relasi antar komunitas, dan juga memahami pergerakkan dinamis yang dilakukan suatu komunitas *TeamKZR 125old*, peran ketua dalam membentuk hubungan yang harmonis antar individu. Peneliti menggunakan paradigma *Post-Positivism*, yang dimana berarti sebuah fenomena tidak bisa dilihat hanya berdasarkan objektivitas saja, tetapi juga harus di buktikan dengan subjektivitas nya juga. Pada penelitian ini, peneliti memilih subjek yaitu komunitas TeamKZR 125Old, dan juga objek nya yaitu relasi di dalam komunitas maupun antar komunitas.

Peneliti menggunakan teori Groupthink menurut Irving Janis dikarenakan untuk melihat sebuah keterikatan dalam suatu kelompok yang

mempengaruhi sebuah sistem kerja ataupun tujuan bersama. Dalam penelitian ini terlihat hubungan di dalam komunitas TeamKZR 125old sangatlah terjaga keharmonisan nya dan juga hubungan relasi mereka antar komunitas lain.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada penelitian diatas,

“Bagaimana Fenomenologi Komunitas *TeamKZR 125od* dalam menjalin relasi komunitas motor *matic vario* ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan yang telah dijabarkan diatas untuk mengetahui Fenomenologi komunitas *TeamKZR 125old* dalam menjalin relasi komunitas motor *mativ vario*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan sumbangsih, memperluas, dan memperkaya pengetahuan analisis *post-positivism* pada penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap terhadap penelitian ini dapat berguna sebagai bentuk referensi untuk peneliti selanjutnya. Peneliti juga berharap dapat memberikan wawasan terhadap pembaca tentang fenomenologi komunitas *TeamKZR 125old* dalam menjalin relasi komunitas motor *matic vario*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Groupthink Theory

Teori *Groupthink* adalah sebuah proses untuk menganalisis pendapat anggota kelompok sehingga mereka lebih bijaksana daripada ketika mengevaluasi fakta-fakta yang ada dalam suatu situasi. Irving Janis mengembangkan teori groupthink, yang mengidentifikasi satu cara kerja kelompok yang dicirikan oleh ketertarikan atau pendekatan sistematis terhadap pekerjaan yang sering dilakukan oleh para anggotanya untuk mencapai rasa persatuan.

Teori *groupthink* atau pemikiran kelompok adalah sebuah konsep dalam psikologi sosial yang menjelaskan bagaimana keinginan untuk mencapai konsensus atau keharmonian dalam kelompok dapat menghambat pemikiran kritis dan pengambilan keputusan yang rasional. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Irving Janis pada tahun 1970-an, dan terus dikembangkan serta relevan hingga saat ini.

Esser (2014): Groupthink adalah sebuah proses pengambilan keputusan yang terjadi pada kelompok yang sangat kohesif, di mana anggota-anggota

berusaha mempertahankan konsensus kelompok sehingga kemampuan kritisnya tidak efektif lagi.

West dan Turner (2018): Groupthink adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan anggota kelompok ketika keinginan mereka akan kesepakatan melampaui motivasi mereka untuk menilai semua rencana tindakan yang ada.

Groupthink diartikan sebagai suatu strategi yang digunakan oleh individu dalam suatu kelompok untuk mencapai suatu tujuan bersama dengan memupuk ambisi masing-masing anggota sehingga dapat mengatasi segala hambatan yang mungkin timbul (Kurniawan, 2021).

Teori *groupthink* mengacu pada metode yang digunakan oleh anggota kelompok untuk mengevaluasi kutipan satu sama lain, seperti keinginan anggota kelompok untuk mengevaluasi dan menilai semua gerak-gerik besar yang ada (West & Turner, 2008).

Groupthink memiliki tiga asumsi. Yang pertama adalah adanya rasa persatuan yang kuat di antara para anggota kelompok, yang menunjukkan adanya ikatan interpersonal yang kuat di antara mereka. Yang kedua adalah bahwa kedua partisipan dalam proses pemecahan masalah adalah satu dan yang lainnya adalah asumsi tersebut digunakan untuk analisis primer (West & Turner, 2008).

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting dalam kehidupan setiap orang, tidak hanya dalam organisasi. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan kita karena kita semua menggunakan untuk berinteraksi satu sama lain. Komunikasi dilakukan dengan berbagai cara, dari yang sederhana hingga yang rumit, dan kemajuan teknologi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu proses interaksi sosial yang terjadi ketika seseorang menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan maksud agar orang lain tersebut dapat memahami pesan yang disampaikan (Efenndy, 2009).

Menurut Carl I. Hovland, Komunikasi adalah proses di mana individu (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya verbal) untuk memengaruhi perilaku individu lain (komunikan).

Lalu Onong Uchjana Effendi Menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan1 maupun tertulis, langsung ataupun melalui media.

Ketika manusia pertama kali dilahirkan, mereka benar-benar berkomunikasi. Salah satu contohnya adalah tangisan bayi yang menunjukkan bahwa bayi dalam kondisi baik. Manusia dapat berkomunikasi melalui bahasa

verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan secara langsung secara lisan (berbicara) atau tertulis, sedangkan komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan dengan menggunakan simbol-simbol yang dapat dilihat orang lain.

Menurut Raymond Ross, Komunikasi adalah proses simbolik yang bersifat transaksional yang memungkinkan orang untuk menciptakan, berbagi, dan mengubah makna.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Melibatkan pengirim dan penerima pesan.
2. Melibatkan pesan yang disampaikan.
3. Menggunakan saluran atau media untuk menyampaikan pesan.
4. Bertujuan untuk memengaruhi penerima pesan.
5. Melibatkan umpan balik dari penerima pesan.

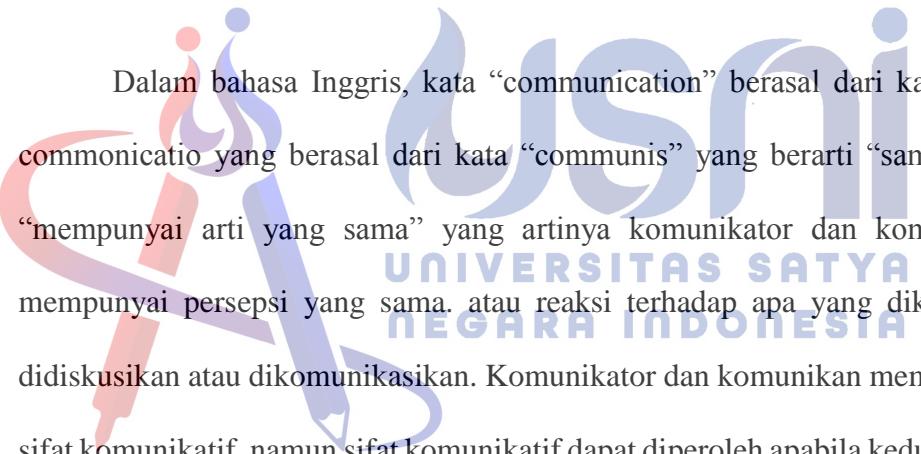
6. Komunikasi adalah aspek penting dalam kehidupan manusia.

Komunikasi yang efektif memungkinkan kita untuk membangun hubungan, berbagi informasi, dan mencapai tujuan bersama.

Ilmu komunikasi adalah bidang studi yang mempelajari bagaimana manusia berinteraksi dan bertukar informasi melalui berbagai cara. Ilmu ini mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, hingga komunikasi massa.

David Holmes (2010) Holmes menekankan pada komunikasi sebagai proses negosiasi makna. Menurutnya, komunikasi tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga melibatkan interpretasi dan konstruksi makna yang dinegosiasikan oleh para peserta komunikasi.

Manuel Castells (2010): Castells, seorang sosiolog terkemuka, meneliti tentang "network society" atau masyarakat jaringan. Ia menjelaskan bagaimana internet dan media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dalam era digital.



Dalam bahasa Inggris, kata "communication" berasal dari kata latin *commonicatio* yang berasal dari kata "*communis*" yang berarti "sama" dan "mempunyai arti yang sama" yang artinya komunikator dan komunikan mempunyai persepsi yang sama, atau reaksi terhadap apa yang dikatakan. didiskusikan atau dikomunikasikan. Komunikator dan komunikan mempunyai sifat komunikatif, namun sifat komunikatif dapat diperoleh apabila kedua belah pihak mempunyai sifat empati (Nurdin, 2013:5).

Komunikasi merupakan suatu proses sosial, ketika terjadi interaksi dalam komunikasi maka terdapat hubungan pengaruh dan wewenang antar komponen yang terlibat. Apapun jenis komunikasinya, harus mencakup aspek sosial. Oleh karena itu, komunikasi menjadi ilmu sosial yang semakin interdisipliner, tidak dapat dipisahkan dari sudut pandang para ahli yang tertarik pada ilmu komunikasi. Oleh karena itu, definisi komunikasi menjadi semakin beragam dan banyak (Sudarma 2014:11). Menurut Profesor Wilbur

Schramm 1982, komunikasi dan masyarakat merupakan dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Sebab tanpa komunikasi mustahil terbentuknya masyarakat, sebaliknya tanpa masyarakat mustahil manusia dapat mengembangkan komunikasi. Singkatnya, manusia tidak bisa tidak berkomunikasi, karena manusia adalah makhluk yang dimaksudkan untuk hidup dengan komunikasi (Cangara 2018: 2).

Komunikasi melibatkan upaya menciptakan dan melaksanakan suatu pesan, serta menampilkan diri sebagai domain atau wadah di hati dan pikiran orang lain yang menerima pesan tersebut. Hakikat komunikasi itu sendiri terletak pada prosesnya, biasanya diwujudkan dalam suatu kegiatan sebagai sesuatu yang dapat menyeimbangkan hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan, yang tentunya melampaui ruang dan waktu (Dyatmika, 2021).

Komunikasi berkembang menjadi ilmu komunikasi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama adalah berkembangnya teknologi komunikasi seperti televisi, radio, telepon, jaringan komputer, dan dunia bisnis yang semakin beragam, yang berarti bahwa komunikasi itu penting. Faktor kedua, minat terhadap komunikasi sebagai objek kajian mau tidak mau terjadi seiring dengan kemajuan kehidupan bermasyarakat akibat perubahan sosial yang meluas. Faktor ketiga disebabkan oleh berkembangnya komunikasi ilmiah yang timbul dari ketertarikan terhadap politik dari pesan-pesan masyarakat, serupa dengan perkembangan ilmu-ilmu sosial sehingga

menyebabkan meningkatnya kesadaran untuk melakukan penelitian mengenai dakwah dan opini masyarakat (Nurdin, 2013: 26).

Dari penjelasan di atas dijelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu, seperti yang ditunjukkan oleh beberapa penjelasan di atas. Komunikasi terjadi dalam dua cara: verbal dan nonverbal. Dimana komunikasi verbal merupakan penyampaian pesan kepada seseorang melalui kata-kata. Sedangkan nonverbal adalah komunikasi yang disampaikan melalui gerak tubuh atau ekspresi yang mengandung suatu makna kepada seseorang.

2.2.2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah bentuk komunikasi yang terjadi di antara tiga orang atau lebih, di mana terjadi pertukaran informasi, ide, perasaan, dan makna dalam konteks kelompok. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dalam kelompok sangat penting untuk mencapai tujuan bersama dan membangun hubungan yang harmonis.

Menurut Wirawan (2010), Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga individu atau lebih untuk mencapai tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, atau pemecahan masalah.

Penelitian ini berlaku pada komunikasi kelompok karena dilakukan oleh banyak Komunikasi kelompok adalah proses interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Dalam

komunikasi kelompok, setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing, serta berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan kelompok.

Komunikasi kelompok adalah bentuk komunikasi yang terjadi di antara tiga orang atau lebih. Komunikasi ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, ide, perasaan, dan makna dalam konteks kelompok.

Cara meningkatkan komunikasi dalam kelompok, yaitu saling menghormati, memperhatikan perasaan masing-masing individu di dalam kelompok tersebut. Dengan meningkatkan komunikasi dalam kelompok, individu dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan bersama, membangun hubungan yang lebih kuat, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Michael Burgoon dan Michael Ruffner, Mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga individu atau lebih untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, atau pemecahan masalah.

Mengartikan komunikasi kelompok sebagai komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil, seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi, dan sebagainya.

Forsyth (2010) Komunikasi kelompok adalah kecenderungan anggota kelompok untuk menghindari penyampaian pendapat yang berbeda atau kritis demi menjaga keharmonisan kelompok.

orang yang mempunyai pemikiran yang sama. Sama dalam artian merupakan sekelompok orang yang mempunyai hobi yang sama yaitu memodifikasi sepeda motor.

Kelompok adalah sekelompok orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal, dan memandang dirinya sebagai bagian dari kelompok. (Deddy Mulyana, 2005).

Dan B. Curtis, James J. Floyd dan Jerril L. Winson (2005: 49) menyatakan bahwa komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertemu secara tatap muka, biasanya di bawah arahan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi masing-masing lainnya. Secara lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut memaparkan ciri-ciri komunikasi sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi secara tatap muka
2. Kelompok mempunyai sedikit persiapan peserta
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin
4. Kelompok mempunyai tujuan dan sasaran yang sama
5. Anggota kelompok mempunyai pengaruh satu sama lain.

Komunikasi antar kelompok dapat dibagi menjadi dua kategori: komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Komunikasi

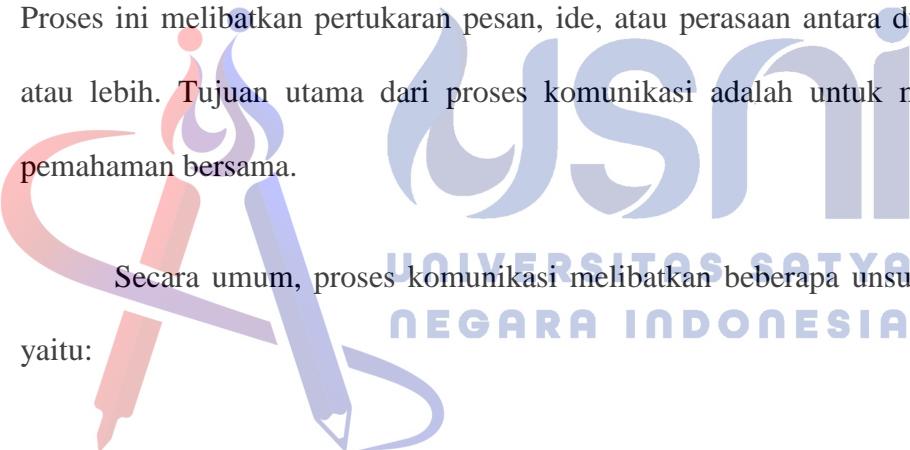
kelompok kecil merupakan jenis komunikasi yang didasarkan pada kognisi komunikasi dan berlangsung dalam gaya dialog. Tujuan komunikasi kelompok adalah untuk memastikan bahwa proses komunikasi berjalan lancar dan efisien. Onong (2003), hlm. 76–77.

2.2.3. Proses Komunikasi Kelompok

Proses komunikasi adalah serangkaian tindakan atau langkah yang terjadi ketika seseorang atau kelompok mengirim dan menerima informasi. Proses ini melibatkan pertukaran pesan, ide, atau perasaan antara dua pihak atau lebih. Tujuan utama dari proses komunikasi adalah untuk mencapai pemahaman bersama.

Secara umum, proses komunikasi melibatkan beberapa unsur utama,

yaitu:



1. Pengirim (Komunikator): Orang atau pihak yang mengirimkan pesan.
2. Pesan : Informasi, ide, atau perasaan yang disampaikan.
3. Saluran (Media): Cara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan (misalnya, berbicara, menulis, atau menggunakan media sosial).
4. Penerima (Komunikan): Orang atau pihak yang menerima pesan.

5. Umpan Balik (Feedback): Respons atau reaksi dari penerima terhadap pesan.
6. Gangguan (Noise): Faktor-faktor yang dapat mengganggu atau menghambat proses komunikasi.

Istilah "kelompok" mengacu pada sekelompok orang yang terlibat dalam satu sistem komunikasi tunggal yang beroperasi terus-menerus dari waktu ke waktu, melalui tatap muka, atau perantara komputer, dan yang memiliki tujuan, sasaran, dan seperangkat aturan bersama yang pada akhirnya akan membantu mereka mencapai tujuan mereka (Cragan, 2004).

Lasswell mengemukakan model komunikasi yang terkenal dengan ungkapan "siapa mengatakan apa kepada siapa, melalui saluran apa, dengan efek apa." Model ini menekankan pentingnya setiap elemen dalam proses komunikasi, yaitu pengirim, pesan, saluran, penerima, dan efek.

Bernegosiasi sama lain, atau komunikasi konstan, tidak mentransfer informasi dari satu orang ke orang lain. Melinkan menyediakan dan menerima informasi dengan cara yang akan dijelaskan dengan interpretasi yang sama dengan para peserta.

Menurut Stoner, komunikasi adalah proses di mana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Definisi ini menyoroti tujuan utama komunikasi, yaitu untuk menciptakan pemahaman.

Proses komunikasi adalah elemen penting dalam kehidupan manusia. Dengan memahami proses ini, kita dapat meningkatkan efektivitas komunikasi kita dan membangun hubungan yang lebih baik dengan orang lain.

2.2.4. Faktor-Faktor Pembentukan Komunikasi Kelompok

Setiap aktivitas manusia melibatkan sejumlah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas atau pekerjaan itu sendiri. Sepadan dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengapa manusia ingin melakukan komunikasi dengan yang lain, khususnya kelompok komunikasi, komunikasi kelompok adalah sekelompok orang yang saling berinteraksi yang saling bergantungan antara satu dengan yang lain, dan bersama-sama mencapai tujuan yang sama.

Dua faktor utama yang mengarahkan pilihan tersebut adalah kedekatan dan kebersamaan.

1. Kedekatan

Pengaruh tingkat kedekatan terhadap keterlibatan seseorang dalam sebuah kelompok dan tidak bisa diukur. Jadi, kedekatan ,enumbuhkan interaksi, yang memainkan peran penting terhadap terbentuknya kelompok pertemanan.

2. Kebersamaan

Pembentukan kelompok tidak hanya bergantung pada atribut fisik; hal itu juga menunjukkan keakraban di antara para anggotanya. Begitu menjadi kebiasaan, orang akan lebih nyaman berinteraksi dengan orang lain yang memiliki nilai yang sama. Keakraban yang dibahas meliputi nilai, kepercayaan, minat, dan karakteristik pribadi lainnya. Keakraban juga berfungsi sebagai faktor penentu ketika memilih calon pasangan untuk menyatukan suatu kelompok atau sekelompok orang.

2.2.5 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik dalam komunikasi kelompok ditentukan oleh dua faktor: norma dan peran. Norma adalah pemahaman dan pengamatan tentang bagaimana individu dalam suatu kelompok berperilaku dan berinteraksi satu sama lain. Menurut Severin dan Tankard, yang dikutip oleh Suprapto, ada dua jenis norma: deskriptif dan perintah. Sementara norma perintah menunjukkan apa yang biasanya dilakukan oleh masyarakat umum, norma deskriptif menunjukkan apa yang harus dilakukan dalam konteks tertentu.

Terdapat tiga jenis norma dalam suatu kelompok: norma prosedural, sosial, dan tugas. Norma sosial yang membentuk ikatan antar anggota kelompok. Di sisi lain, norma prosedural secara jelas menjamin bagaimana suatu kelompok akan berperilaku, dapat berfungsi, dan akhirnya mencapai kesepakatan. Norma tugas menggambarkan bagaimana pekerjaan seharusnya dilakukan (Sendjaja, 2002: 36). Peran merupakan aspek status atau kedudukan

yang bersifat humor. Menurut Soerjono Soekanto, seorang individu telah menyelesaikan perjalannya jika ia telah memenuhi kewajiban dan tanggung jawabnya sesuai dengan kemampuannya.

Menurut Adler dan Rodman, komunikasi kelompok mencakup tugas dan tanggung jawab. Fungsi tugas terdiri dari mencari informasi, berbagi informasi, mencari informasi, dan berbagi aturan. Pendorong partisipasi, penyelaras, penurunan ketegasan, dan penanganan persoalan pribadi termasuk di antara fungsi pemeliharaan.

Menurut Brilhart, ada 5 karakteristik komunikasi dalam kelompok, yaitu:

1. Meliputi sekelompok kecil orang (2-20) sehingga setiap orang menjadi sadar dan mampu bereaksi terhadap yang lainnya.
2. Untuk keberhasilan pencapaian tujuan setiap orang yang harus terikat dalam kondisi saling ketergantungan.
3. Setiap orang harus mempunyai rasa saling memiliki dan mengidentifikasi diri dengan anggota kelompok lain.
4. Interaksi secara oral, walau tidak seluruh interaksi berlangsung oral, tapi yang signifikan melalui pembicaraan
5. Perilaku didasarkan pada norma-norma, nilai dan prosedur yang diterima tiap anggota.

2.2.6 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

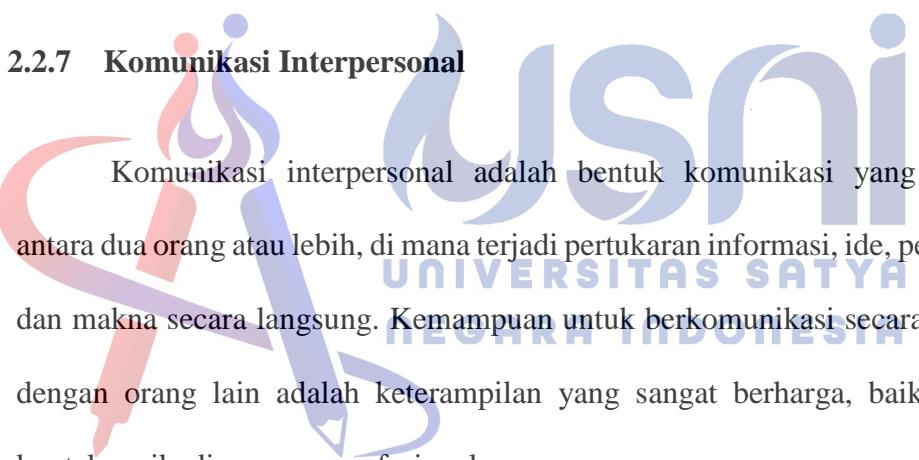
Pada masyarakat umum, perilaku suatu kelompok ditentukan oleh fungsi yang akan dijalankan. Fungsi-fungsi tersebut antara lain interaksi sosial, edukasi, persuasi, pemecahan masalah, keputusan, dan terapi. Semua fungsi tersebut digunakan untuk mengembangkan rasa kekeluargaan, dinamika kelompok, dan anggota kelompok secara individu. Ikatan sosial: dalam artikel ini, kita akan membahas bagaimana suatu kelompok dapat membina dan memperkuat ikatan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara konsisten memberikan kesempatan kepada para anggotanya untuk terlibat dalam kegiatan Santai, Santai, dan hiburan.

1. Pendidikan adalah dwifungsi suatu kelompok sebagaimana dimaksud dalam pasal, dimana suatu kelompok, baik formal maupun informal, bekerja untuk mencapai dan mengembangkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan, kebutuhan anggota kelompok dapat terpenuhi, bahkan kelompok itu sendiri dapat memenuhi kebutuhan masyarakat umum. Namun fungsi pendidikan dalam suatu kelompok akan berjalan sesuai harapan atau tidak, tergantung pada tiga faktor: banyaknya informasi baru yang disumbangkan, jumlah peserta dalam kelompok, dan frekuensi interaksi antar anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif apabila setiap anggota kelompok mempelajari sesuatu yang bermanfaat bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang dibagikan oleh seluruh peserta, maka fungsi pendidikan akan tercapai.

2. Fungsi persuasi memungkinkan salah satu anggota kelompok membujuk anggota lain untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukannya. Orang-orang yang bekerja dalam bisnis persuasif dalam suatu kelompok memiliki risiko yang tidak dimiliki oleh anggota kelompok lainnya. Misalnya, jika usaha persuasi yang dimaksud selalu bertentangan dengan keyakinan yang dianut dalam kelompok, maka orang-orang yang terlibat dalam persuasi tersebut akan menimbulkan konflik yang akan menghambat kemajuan kelompok.
3. Fungsi kelompok juga dijalankan melalui aktivitasnya untuk menciptakan keputusan-keputusan dan mendorong permasalahan. Berbeda dengan pembuatan keputusan (*decisionmaking*) yang berkaitan dengan pemilihan antara dua atau lebih pemecahan, pemecahan masalah berkaitan dengan pencarian alternatif penyelesaian atau pemecahan yang sebelumnya tidak diketahui. Dengan kata lain pemecahan masalah menghasilkan bahan atau sumber daya untuk menciptakan keputusan.
4. Terapi merupakan fungsi kelima kelompok. Terdapat perbedaan antara kelompok terapi dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak mempunyai tujuan. Tujuan dari kelompok terapi adalah untuk membantu setiap individu dalam mencapai tujuan unik mereka. Tentunya, individu perlu adanya interaksi dengan anggota kelompok lain untuk memperoleh keuntungan. Akan tetapi, strategi bisnis perusahaan adalah membantu mereka secara pribadi, bukan membantu kelompok mencapai tujuannya.

Misalnya, di antara kelompok terapi terdapat kelompok konsultasi perkawinan, kelompok narkotika penderita, kelompok perokok berat, dan lain-lain. Tindak komunikasi kelompok terapi dikenal dengan istilah "self-penyebaran" atau "ciri penyebaran." Misalnya, dalam suasana yang mendukung, setiap peserta diinstruksikan untuk berbicara jujur tentang apa pun yang menjadi penyebab masalah mereka. Jika terjadi konflik di antara peserta dalam diskusi, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi nasihat akan digulingkan.

2.2.7 Komunikasi Interpersonal



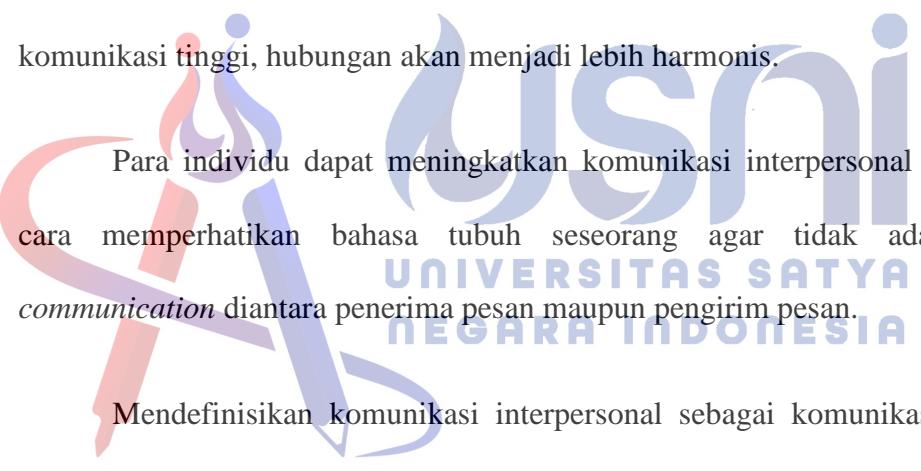
Komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, di mana terjadi pertukaran informasi, ide, perasaan, dan makna secara langsung. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain adalah keterampilan yang sangat berharga, baik dalam konteks pribadi maupun profesional.

Dedy Mulyana (2010), menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi sebagai komunikasi yang berlangsung di antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, di mana setiap anggota kelompok saling memengaruhi satu sama lain.

Cangara (2010), menjelaskan tentang komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara bertatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara

langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung.

Komunikasi interpersonal terjadi antara orang-orang yang menjalin hubungan. Ketika kita menjalin hubungan dengan orang lain, kita harus melihat orang tersebut sebagai seseorang yang memiliki peran tertentu dan "istimewa" dalam kehidupan kita sehari-hari, sehingga kualitas komunikasi yang terjadi juga sangat penting. Kualitas komunikasi yang terlihat meliputi empati, keselarasan, kepositifan, keterbukaan, dan dukungan. Ketika kualitas komunikasi tinggi, hubungan akan menjadi lebih harmonis.



Para individu dapat meningkatkan komunikasi interpersonal dengan cara memperhatikan bahasa tubuh seseorang agar tidak ada *miss communication* diantara penerima pesan maupun pengirim pesan.

Mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua atau sedikit individu yang saling berinteraksi secara fisik, serta saling memberikan tanggapan sebagai respons dari komunikasi yang dilakukan (Supratman & Mahadian, 2018).

Afrilia dan Arifina (2020), menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi dua arah yang saling memengaruhi antar individu, serta bermanfaat dalam mengelola suatu hubungan.

2.2.8 Komunikasi Massa

Komunikasi massa (komass) terdiri dari dua kata, yaitu massa dan komunikasi. Ada beberapa ahli yang membahas tentang definisi atau analisis komunikasi. Di antaranya, Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa kata "komunikasi" berasal dari kata Latin "communis" yang juga berarti "sama". Dengan demikian, ketika kita berkomunikasi, kita harus menjalin hubungan dengan orang lain.

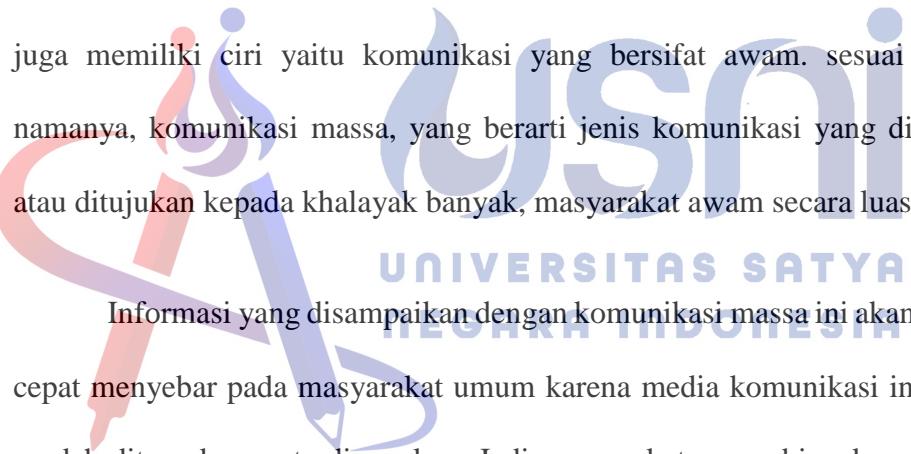
Namun, seperti yang dikemukakan oleh P.J. Bouman, istilah "massa" digunakan untuk menggambarkan sekelompok besar orang, serta kadang-kadang untuk menggambarkan sejumlah besar orang yang tidak memiliki organisasi tetapi memiliki ikatan dan jiwa ikatan.

Pengertian komunikasi massa dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu secara diam-diam dan rahasia. Komunikasi massa secara luas mengacu pada kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan informasi melalui media massa, baik digital maupun elektronik, dengan asumsi tidak ada timbal balik. Di sisi lain, komunikasi massa secara diam-diam mengacu pada komunikasi yang ditujukan untuk sejumlah besar orang.

Media massa ini berfungsi sebagai jembatan antara komunikasi massa dengan bentuk komunikasi lainnya. Orang-orang yang terlibat dalam komunikasi massa tidak mesti harus berada di lokasi atau wilayah yang sama. Komunikasi massa ini ditujukan untuk masyarakat awam dan dilakukan secara

diam-diam melalui media massa yang digunakan, sehingga dapat diserap dengan cepat dan efisien oleh masyarakat luas.

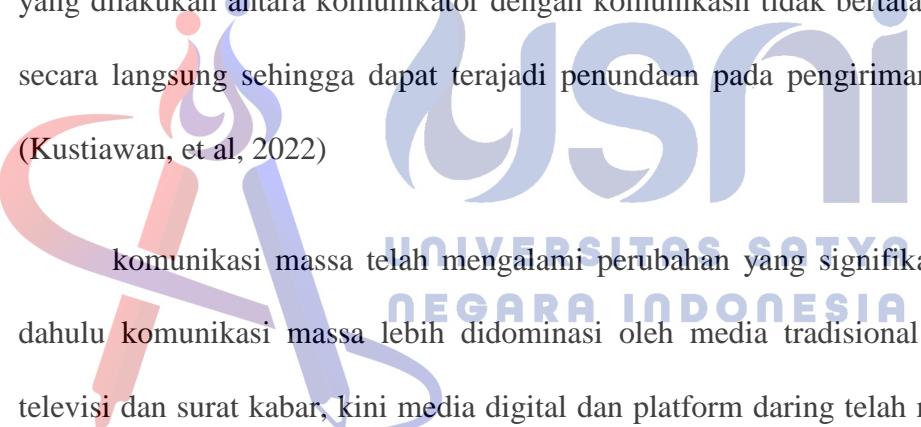
Ciri-Ciri Komunikasi Massa, proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks Jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terdapat di dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Yang menjadi ciri dalam komunikasi massa tak hanya sulitnya dalam memilih siapa yang bertanggung jawab dengan hal tersebut. Komunikasi massa juga memiliki ciri yaitu komunikasi yang bersifat awam. sesuai dengan namanya, komunikasi massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada khalayak banyak, masyarakat awam secara luas.



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Informasi yang disampaikan dengan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar pada masyarakat umum karena media komunikasi ini sangat mudah ditemukan serta digunakan. Jadi masyarakat awam bisa dengan cepat untuk menerima informasi yang dipergunakan oleh media komunikasi massa ini. Selain itu, karakteristik yang lainnya adalah media komunikasi massa bersifat serempak. informasi yang disebarluaskan ini akan dengan serempak didapat oleh masyarakat umum serta masyarakat luas karena pengirimnya yang hanya dilakukan satu kali menggunakan tujuan utamanya yaitu umum, maka komunikator tak wajib melakukan pengiriman secara berulang, sehingga pesan akan dengan mudah serta cepat tersampaikan dengan serempak.

Komunikasi massa bersifat satu arah. karena diantara komunikator serta komunikan tak bertatap muka secara pribadi, maka tidak akan terdapat dialog antara keduanya. seorang komunikator akan sibuk dengan kegiatan penyampaian pesan yang ia lakukan. sementara seorang komunikan akan sibuk dengan aktivitas ia mendapatkan pesan, dengan begitu komunikasi ini hanya bersifat satu arah. Feedback yang tertunda atau secara tidak langsung juga merupakan salah satu karakteristik komunikasi media massa. dalam hal ini penyebab komunikasi mampu tertunda atau secara tidak langsung sebab proses yang dilakukan antara komunikator dengan komunikasn tidak bertatap muka secara langsung sehingga dapat terjadi penundaan pada pengiriman pesan (Kustiawan, et al, 2022)



komunikasi massa telah mengalami perubahan yang signifikan. Jika dahulu komunikasi massa lebih didominasi oleh media tradisional seperti televisi dan surat kabar, kini media digital dan platform daring telah menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi. Kehadiran media sosial dan internet telah membuat komunikasi massa menjadi lebih interaktif, di mana audiens dapat memberikan umpan balik secara lebih cepat dan luas. Namun, kemudahan dalam penyebaran informasi ini juga membawa tantangan, seperti penyebaran berita palsu (hoaks), manipulasi informasi, serta pengaruh negatif dari konten-konten yang tidak sesuai dengan etika komunikasi. Oleh karena itu, literasi media menjadi hal yang penting bagi masyarakat agar dapat memahami dan menyaring informasi yang diterima dari berbagai sumber komunikasi massa.

komunikasi massa merupakan elemen penting dalam kehidupan modern yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Dengan adanya komunikasi massa, masyarakat dapat memperoleh informasi terkini, membentuk opini publik, serta mendapatkan hiburan dari berbagai jenis konten yang tersedia. Namun, penting bagi setiap individu untuk menjadi konsumen informasi yang cerdas dengan memilah dan memahami setiap pesan yang diterima agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan atau propaganda yang tidak bertanggung jawab.

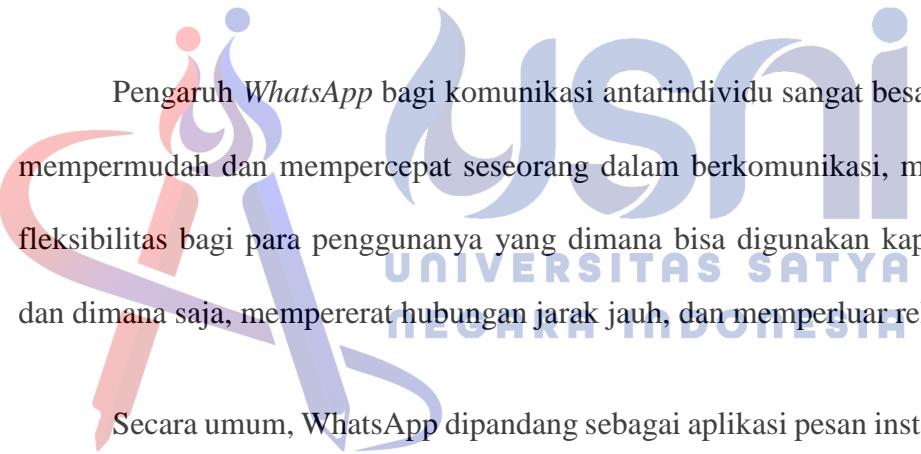
komunikasi massa memiliki karakteristik feedback atau umpan balik yang tidak langsung dan tertunda. Berbeda dengan komunikasi interpersonal atau komunikasi kelompok yang memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan, dalam komunikasi massa, umpan balik dari audiens sering kali terjadi dalam bentuk respons tertunda, seperti opini publik, komentar di media sosial, atau survei kepuasan pemirsa. Dalam beberapa kasus, komunikasi massa juga dapat membentuk persepsi, sikap, dan opini publik melalui berbagai jenis konten, seperti berita, iklan, propaganda, dan hiburan.

2.2.9 WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi yang dirancang untuk memfasilitasi pengiriman pesan instan (Instant Messenger); namun, jika digunakan untuk keperluan lain, aplikasi ini mirip dengan aplikasi SMS (Short Message Service) yang biasanya digunakan pada komputer desktop. Saat ini, WhatsApp tidak

menawarkan manfaat jangka panjang yang sama seperti SMS, yang mencakup penggunaan layanan internet. Selama perangkat terhubung ke internet, pengguna dapat mengakses informasi. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat mengakses berkas lunak seperti PDF, dokumen, dan jenis dokumen lainnya.

WhatsApp, sebagai aplikasi pesan instan yang sangat populer, menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan keterampilan komunikasi tertulis yang aktif, komunikasi kelompok, dan komunikasi visual.



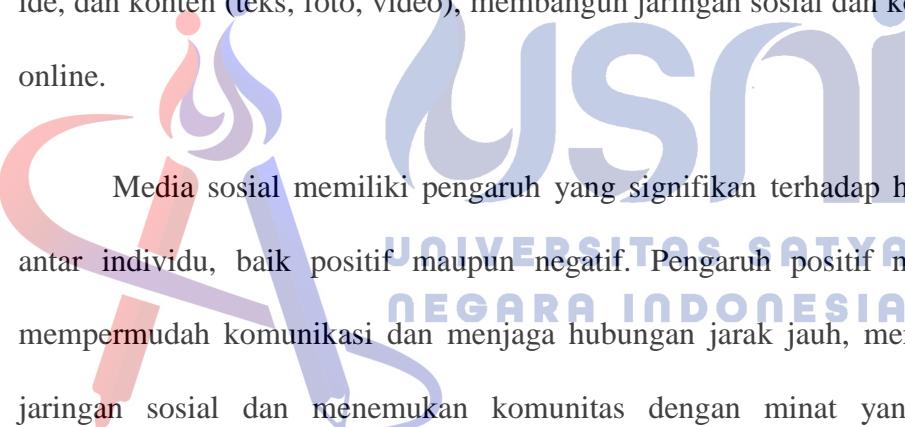
Pengaruh WhatsApp bagi komunikasi antarindividu sangat besar, yaitu mempermudah dan mempercepat seseorang dalam berkomunikasi, membuat fleksibilitas bagi para penggunanya yang dimana bisa digunakan kapan saja dan dimana saja, mempererat hubungan jarak jauh, dan memperluar relasi.

Secara umum, WhatsApp dipandang sebagai aplikasi pesan instan yang memfasilitasi komunikasi interpersonal dan kelompok melalui internet. Para ahli komunikasi juga menyoroti peran WhatsApp dalam mengubah dinamika komunikasi, dari komunikasi formal menjadi komunikasi informal yang lebih cepat dan fleksibel. Secara keseluruhan, WhatsApp telah menjadi alat komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan fitur-fiturnya secara bijak, individu dapat mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dan membangun hubungan yang kuat.

Kehadiran dan kemajuan media sosial khususnya WhatsApp sebagai sistem komunikasi yang canggih di masa ini, khusus nya dalam menyatukan individu-individu untuk menjalin relasi satu sama lain di dalam komunitas *TeamKZR 125old.*

2.2.10 Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, berbagi informasi, ide, dan konten (teks, foto, video), membangun jaringan sosial dan komunitas online.

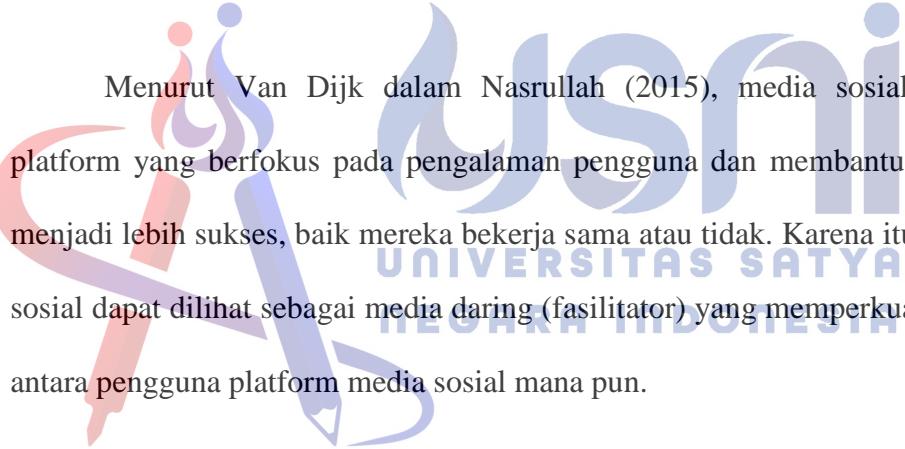


Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antar individu, baik positif maupun negatif. Pengaruh positif nya ialah mempermudah komunikasi dan menjaga hubungan jarak jauh, memperluas jaringan sosial dan menemukan komunitas dengan minat yang sama, memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran informasi. Lalu untuk pengaruh negatif nya ialah, dapat menyebabkan ketergantungan dan mengurangi interaksi tatap muka, memicu perbandingan sosial dan perasaan rendah diri, menyebarkan informasi yang salah atau berbahaya (hoaks), dapat memicu konflik akibat perbedaan pendapat yang terjadi di media sosial.

Kaplan dan Haenlein (2010), Mendefinisikan media sosial sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi

dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna".

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015), media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkolaborasi, berkomunikasi, dan bermain bersama dalam situasi tertentu. Mirip dengan media massa, media sosial memberi penekanan kuat pada konten yang dibuat pengguna (UGC), di mana konten dibuat oleh pengguna daripada editor.



Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015), media sosial adalah platform yang berfokus pada pengalaman pengguna dan membantu mereka menjadi lebih sukses, baik mereka bekerja sama atau tidak. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media daring (fasilitator) yang memperkuat ikatan antara pengguna platform media sosial mana pun.

Menurut Boyl dan Ellisan (2013), Mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk: (1) membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang dibatasi, (2) mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi koneksi, dan (3) melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh orang lain dalam sistem.

Secara keseluruhan, media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan baru dalam hubungan antar individu.

2.2.11 Instagram

Di era digitalisasi saat ini, masyarakat hampir tidak bisa lepas dari fenomena yang dikenal dengan sebutan media sosial. Di mana para penggunanya dapat berasal dari berbagai latar belakang sosial tanpa memandang status pribadi, profesi, maupun status sosial. Melalui media sosial, masyarakat dapat berkomunikasi, berbagi cerita, ide, dan aktivitas, serta informasi yang dimilikinya. Bisa dikatakan bahwa media sosial sudah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 2.2.11 : Profile Instagram Komunitas

Instagram sangat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada khalayak melalui konten-konten yang dijasikan pada akun *profile TeamKZR 125old*. Instagram juga bermanfaat sebagai media untuk mempromosikan brand *merchandise* berupa baju, hoodie, dan gantungan kunci yang segera akan *release*.

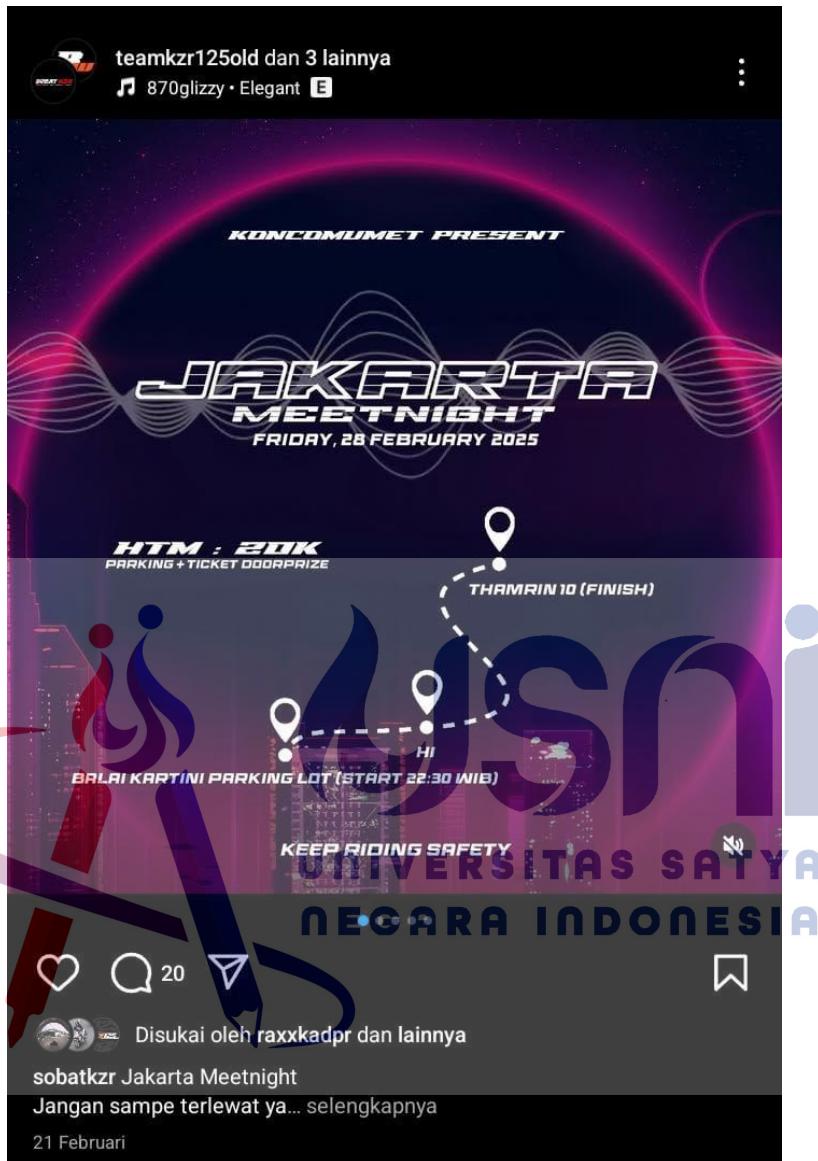


Gambar 2.2.11 : *Profile Instagram Komunitas*

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya dengan pengikut mereka. * Instagram juga menyediakan berbagai fitur komunikasi, seperti pesan langsung (Direct Message), komentar, dan siaran langsung (Live). Instagram telah mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi. Platform ini memungkinkan komunikasi visual yang kuat, di mana gambar dan video menyampaikan pesan dengan cepat dan efektif. Instagram juga memfasilitasi komunikasi dua arah melalui komentar dan pesan langsung, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan membangun hubungan. Selain itu Instagram juga bisa digunakan untuk berkomunikasi dalam dunia bisnis, seperti promosi produk melalui iklan dan konten yang menarik.

Menurut Lupton (2020), Membahas peran Instagram dalam "dataifikasi diri", di mana pengguna terus-menerus menghasilkan data tentang diri mereka melalui unggahan dan interaksi.

Menurut Highfield (2016), Melihat Instagram sebagai platform untuk "komunikasi gambar", di mana visual menjadi bahasa utama untuk menyampaikan pesan dan makna.



Gambar 2.2.11 : *Profile Instagram Komunitas*

Sebuah platform media sosial yang berfokus pada berbagi konten visual, seperti foto dan video, Memungkinkan pengguna untuk mengedit dan memodifikasi konten mereka dengan berbagai fitur, seperti filter dan efek. Memfasilitasi interaksi dan komunikasi antar pengguna melalui fitur-fitur seperti komentar, suka, dan pesan langsung.

Menurut Kaplan & Haelein (2014), Media sosial Instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user-generated content*.

Menurut Atmoko (2012), Instagram sendiri merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan *caption*, karena itu Instagram dikategorikan sebagai media sosial.

Secara umum, para ahli mengakui bahwa Instagram telah menjadi kekuatan besar dalam komunikasi digital, memengaruhi cara orang berinteraksi, membangun identitas, dan memahami dunia.

2.2.12 Fenomenologi Relasi Antar Kelompok

Bidang fenomenologi dikembangkan oleh Edmund Husserl (1859-1938). Fenomenologi merupakan salah satu fenomena terpenting di abad ke-20. Husserl memperkenalkan kita pada fenomenologi, yaitu studi tentang fenomena. Dengan demikian, semua perbincangan yang berkaitan dengan esensi dalam balik penampakan terbuat dari jauh-jauh. Pengetahuan tentang penampakan mengacu pada pengetahuan tentang apa pun yang berkontribusi pada pokok bahasan.

Fenomenologi merupakan ilmu mengenai hal-hal yang tampak oleh subjek. Dalam fenomenologi ada dua hal yang bisa digarisbawahi, yaitu sesuatu yang tampak oleh subjek yang disebut fenomena (phenomenon) serta sesuatu yang tidak tampak oleh subjek yang disebut noumenkn atau noumena (Ashadi, 2018). Menurut Wijoyo (dalam Daulay, 2010), phenomenon (fenomenon) atau sesuatu yang tampak biasa disebut sebagai "gejala". Dari asal kata inilah fenomenologi kemudian dimaknai sebagai studi atau kajian tentang fenomenon (phenomenon).

Kelompok adalah sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan tersebut, mendiskusikan tujuan satu sama lain, dan saling mendukung sebagai anggota kelompok (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini, misalnya, dapat berupa sekelompok teman, kelompok untuk berdiskusi, kelompok untuk memecahkan masalah, atau komite yang benar-benar ahli dalam menangani masalah tertentu.

Menurut Walgito, istilah "komunikasi" berasal dari kata Latin "communicatio," dan kata Inggris "communication" berasal dari kata "communis," yang berarti "sama," yang berarti "berkomunikasi." Di sisi lain, kelompok dapat dibedakan dari saling ketergantungan, motivasi, dan tujuan, serta dari strategi interaksi (Hariadi, 2011).

Komunikasi antarpribadi, menurut De Vito (1976), adalah pertukaran pesan pribadi dari satu orang ke orang lain dengan efek yang lambat dan senyap (Liliweri, 1991:12). Menurut Efendy (1986), komunikasi antara seorang

komunikator dengan komunikator lainnya dikenal dengan istilah "komunikasi antarpribadi".

Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner (dalam Komala, 2009), komunikasi kelompok dapat dipandang sebagai interaksi tiga orang atau lebih individu dengan tujuan mencapai tujuan dan sasaran tertentu, seperti pengumpulan informasi, pengembangan diri, atau pemecahan masalah.

Fenomenologi membantu kita memahami berbagai fenomena yang terjadi dalam kelompok, seperti pembentukan identitas kelompok dan bagaimana anggota kelompok secara bertahap mengembangkan rasa persatuan dan identitas diri dengan kelompok lain.

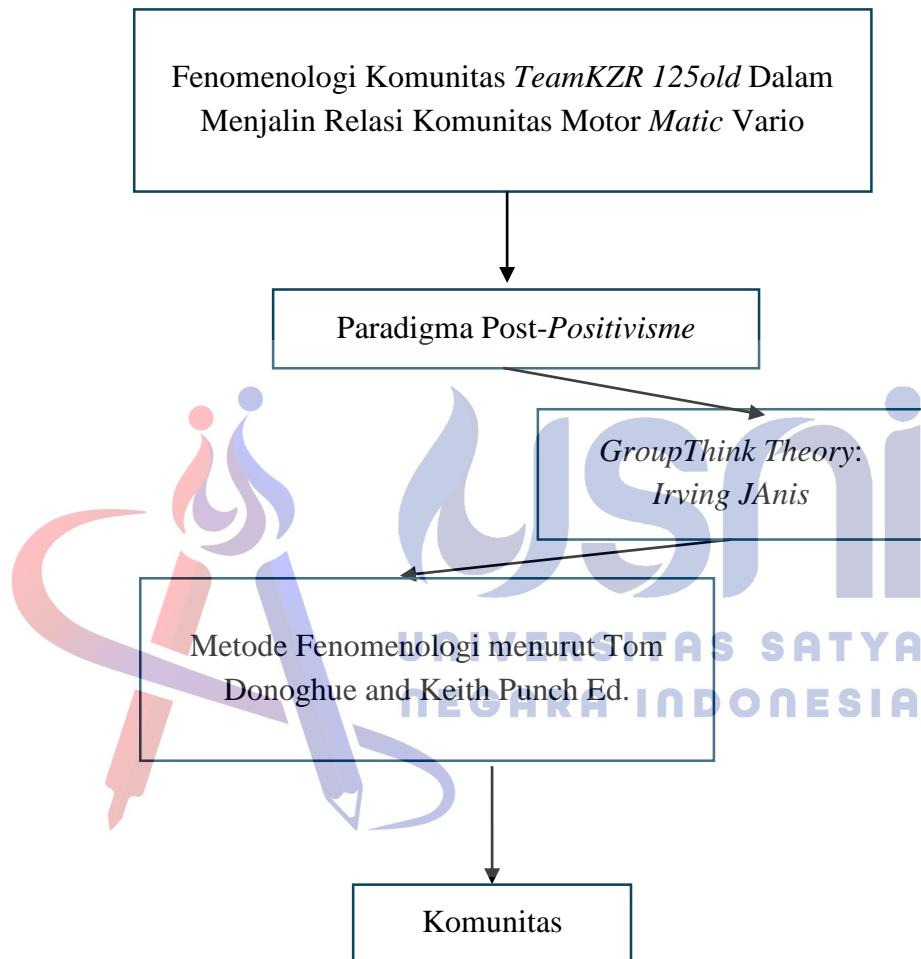
Fenomenologi sebagai bentuk pengalaman, yang dimaksud adalah penampilan sesuatu atau sesuatu sebagaimana mereka tampil dalam pengalaman manusia, atau cara manusia dalam mengalami sesuatu termasuk didalamnya arti dari sesuatu tersebut yang dimiliki oleh manusia dalam pengalamannya. Fenomenologi mempelajari kesadaran pengalaman manusia sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman dari sudut pandang orang pertama. Bidang disiplin fenomenologi kemudian dibedakan dan berhubungan dengan bidang utama filsafat yaitu ontologi, epistemologi, logika, dan etika.

Dari Penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi dapat membentuk sebuah hubungan antar individu menjadi kesatuan kelompok yang besar. **Memakai Metode Analisis Post-Positivisme**, dikarenakan penelitian ini melihat suatu fenomena dinamis, dan secara *ontology* dinyatakan bahwa suatu kenyataan tidak bisa dipahami menyeluruh,

karena seseorang mempunyai keterbatasan kemampuan dalam memahami sesuatu kenyataan termasuk mencari dan memenuhi kepuasan informasi lewat media. **FENOMENOLOGI KOMUNITAS TEAMKZR 125OLD DALAM MENJALIN RELASI KOMUNITAS MOTOR MATIC VARIO.**



2.2 Alur Pemikiran



gambar 2.3 : alur pemikiran

Gambar diatas merupakan alur pemikiran dalam penelitian ini. Alur pemikiran merupakan suatu dasar pemikiran dari penulis dalam memecahkan masalah yang dilandasi oleh teori dan konsep-konsep yang relevan.

Keterangan :

Dalam penelitian ini, subjek yang ditetapkan adalah kalangan remaja dan dewasa pada Komunitas *TeamKZR 125old* dan objek pada penelitian ini adalah relasi komunikasi dalam sebuah komunitas. Penelitian ini berfokus menganalisis tentang sebuah komunikasi antar individu yang kesamaan yang sama, sehingga membuat suatu kelompok besar atau komunitas. Peneliti memakai paradigma penelitian Post-*Positivisme* untuk melihat subjektif tersebut dalam sebuah kebiasaan, tradisi, konteks. Pada alur kerangka pemikiran ini akan menghasilkan relasi yang harmonis dalam sebuah komunitas.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan *Groupthink Theory*, karena perbedaan pemikiran bisa menjadi satu arah tujuan ketika diarahkan oleh satu kepala dengan teratur dalam sebuah grup atau kelompok. Setiap orang atau individu memahami pengalaman-pengalaman dengan menganalisis penelitian berdasarkan persamaan dan perbedaan.

Berdasarkan karakteristik teori tersebut, Berger dan Chaffe (dalam Craig & Muller, 2007) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses ekspresi, interaksi, dan dampak. Dalam proses ini, manusia atau organisme lain mengekspresikan mekanisme psikologis, keadaan, perangai

(sifat), dan melalui interaksi dengan individu lain, mereka menghasilkan dampak kognitif, afektif, dan perilaku.

Peneliti memakai metode analisis fenomeologi menurut Tom Donoghue and Keith Punch Ed, yang dimana fenomena itu terdiri dari deskripsi, esensi, intensi, dan reduksi.

Karakteristik fenomenologi tersebut dipaparkan sebagai berikut ini:

1. Deskripsi Tujuan fenomenologi adalah deskripsi fenomena, dan bukan menjelaskan fenomena. Fenomena termasuk apapun yang muncul seperti emosi, pikiran dan tindakan manusia sebagaimana adanya. Fenomenologi berarti menggambarkan sesuatu ke “hal itu sendiri”. Pengandaian menjadi tidak perlu karena tujuannya adalah untuk menyelidiki sebagaimana yang terjadi.
2. Reduksi Reduksi adalah sebagai suatu proses di mana asumsi dan prasangka tentang fenomena ditunda dalam bracketing untuk memastikan bahwa prasangka-prasangka tidak mencemari deskripsi hasil pengamatan dan memastikan bahwa wujud deskripsi sebagai *the things themselves*.
3. Esensi Esensi adalah makna inti dari pengalaman individu dalam fenomena tertentu sebagaimana adanya. Pencarian esensi, tema esensial atau hubungan-hubungan esensial dalam fenomena apa adanya melibatkan eksplorasi fenomena dengan menggunakan proses imaginasi secara bebas, intuisi dan refleksi untuk menentukan apakah suatu karakteristik tertentu

merupakan esensi penting. Sebagai contoh, dalam kasus esensi pembelajaran, seorang fenomenolog akan mempertimbangkan apakah perubahan dan perkembangan merupakan esensi penting dari proses belajar.

4. Itensionalitas, intensionalitas mengacu sebagai korelasi antara noema dan noesis yang mengarahkan interpretasi terhadap pengalaman. Noema adalah pernyataan obyektif dari perilaku atau pengalaman sebagai realitas, sedangkan noesis adalah refleksi subyektif (kesadaran) dari pernyataan yang obyektif tersebut.

