

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Selama meneliti terkait “aktivitas perilaku komunikasi pada komunitas pecinta mobil modifikasi”, peneliti pun turut menyimak kajian terdahulu sebagai pendukung penelitian. Peneliti turut menggunakan kajian pustaka yang berkaitan dengan fungsi komunikasi pemasaran yang memengaruhi keinginan membeli bagi konsumen atau penggunaan jasa atau produk.

Judul penelitian pertama sebagai referensi bagi peneliti, yaitu “Komunikasi Kelompok pada Komunitas Instameet dalam Meningkatkan Kemampuan Fotografi Anggota” yang disusun oleh Ardiansyah Prima Aditya, Universitas Lampung, tahun 2016. Hasil kajian tersebut peneliti memanfaatkan metode kualitatif sebagai metode penelitian. Kesamaan penelitian yang dilakukan Ardiansyah adalah subjek yang diteliti karena sama-sama mengambil sebuah komunitas. Sementara itu, perbedaan penelitian Ardiansyah dengan penulis adalah sebuah hasil yang akan mempengaruhi sebuah kelompok. Pada penelitian ini, hubungan solidaritas lah yang ingin dilihat, sedangkan penelitian Ardiansyah melihat kemampuan fotografi dari anggota yang merupakan dua hal berbeda. Selain itu, hal lain yang dipahami oleh peneliti adalah teori utama pada penelitian ini, yaitu teori pemikiran kelompok (*groupthink*). Dalam teori yang digunakan ditemukan terdapat perbedaan yang ada di teori pemikiran kelompok (*groupthink*), karena adanya yang kekohesifan komunitas. Teori *groupthink* pada komunitas ini tidak sesuai sehingga mengakibatkan asumsi yang mendominasi

bermula dari anggota sebagian besar, padahal masih ada anggota lainnya yang mempunyai gagasan. Namun, cenderung memilih enggan menyampaikan gagasan itu dan berdiam saja karena mereka mengasumsikan jika gagasan tersebut bakal diabaikan.

Judul penelitian yang kedua sebagai rujukan bagi peneliti, yaitu “Peran Komunikasi Kelompok dalam Konsep Diri (Studi Deskriptif Kualitatif pada Chelsea Indonesia Supporter Club Jogja)” yang disusun oleh Anas Syafiq Darmawan, tahun 2016 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terdapat kesesuaian penelitian dengan yang dilaksanakan Syafiq, yaitu kesesuaian aspek yang diteliti: peran komunikasi kelompok serta metode penelitian yang digunakan, deskriptif kualitatif. Sementara itu, terdapat perbedaan dari hasil kajian, yaitu aspek konsep diri yang diteliti secara lebih personal, sedangkan pada penelitian ini mengambil aspek hubungan solidaritas antar anggota yang merupakan sebuah pengembangan karena sudah melibatkan lebih dari satu orang dalam komunikasi. Selain itu, hal lain yang dipahami oleh peneliti adalah teori utama: teori komunikasi kelompok. Teori komunikasi kelompok yang digunakan, dijabarkan lagi menjadi konformitas, fasilitasi sosial, polarisasi dan menjadi konsep diri anggota. Dalam teori yang digunakan, ditemukan keberhasilan dan kecocokan terhadap penelitian tersebut. Hasil dari wawancara terhadap beberapa narasumber memiliki sedikit perbedaan dalam menjabarkan, tetapi seluruh narasumber menjelaskan tentang adanya konsep diri di dalam komunitas tersebut yang membuat rasa kepercayaan diri mereka meningkat dan menghasilkan rasa nyaman serta bertambahnya relasi.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Ardiansyah Prima Aditya	Anas Syafiq Darmawan
Nama Universitas	Universitas Bandar Lampung	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Tahun Penelitian	2016	2016
Judul Penelitian	Komunikasi Kelompok pada Komunitas Instameet dalam Meningkatkan Kemampuan Fotografi Anggota (Studi pada Komunitas Instameet di Bandar Lampung)	Peran Komunikasi Kelompok dalam Konsep Diri (Studi Deskriptif Kualitatif pada Chelsea Indonesia Supporter Club Jogja)
Masalah Penelitian	Bagaimana komunikasi kelompok pada komunitas Instameet Lampung dalam meningkatkan kemampuan anggotanya di bidang fotografi ditinjau dari teori pemikiran kelompok?	Bagaimana peran komunikasi kelompok suporter sepak bola CISC Jogja dalam konsep diri anggotanya?
Teori dan Konsep	Teori Pemikiran Kelompok (West & Turner), Komunitas, Komunikasi Kelompok.	Teori Fungsional Komunikasi Kelompok, Komunitas, Pola Komunikasi.
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Penelitian	Teori <i>Groupthink</i> dalam komunitas ini tidak berjalan sepenuhnya. Hal ini menyebabkan pendapat-pendapat yang mendominasi berasal dari anggota mayoritas. Padahal sebenarnya terdapat sejumlah anggota yang memiliki ide lain, namun lebih memilih untuk tidak menyampaikan ide tersebut dan memilih diam karena mereka beranggapan pendapat mereka akan diabaikan.	Aspek <i>expertise</i> , <i>trustworthiness</i> dan <i>attractiveness</i> memiliki pengaruh positif pada <i>advertising appeal</i> . <i>Advertising appeal</i> berpengaruh positif pada <i>purchase intention</i> .

Sumber: Data Olahan Pribadi

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Etnografi Komunikasi

Menurut Manan (2017, h. 19) berpendapat, “Etnografi merupakan pekerjaan mendeskripsikan suatu kebudayaan dari sekelompok orang, hal ini bertujuan untuk memahami suatu pandangan hidup dari sudut pandang penduduk asli.” Menurut Malinowski (2006) dalam Manan (2017, h. 19-20) berpendapat, “Tujuan etnografi adalah memahami sudut pandang penduduk asli, hubungannya dengan kehidupan untuk mendapatkan pandangan mengenai dunia atau mempelajari masyarakat dan belajar dari masyarakat.” Berdasarkan Moleong (1990) dalam Zakiah (2005, h. 183) berpendapat, “Etnografi merupakan usaha untuk menguraikan kebudayaan atau aspek-aspek kebudayaan.”

Menurut Kuswarno (2019) dalam Victoria (2020, h. 43) berpendapat, “Bahwa etnografi komunikasi merupakan membahas Bahasa, komunikasi serta kebudayaan dalam satu konteks dalam suatu kelompok masyarakat tertentu dan etnografi komunikasi bukan hanya membahas kaitan antara Bahasa-komunikasi atau komunikasi-kebudayaan, melainkan secara sekaligus.” Berdasarkan Kuswarno (2008) dalam Darmanto (2016, h. 37) berpendapat, “Etnografi komunikasi merupakan perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu dan perilaku komunikasi tersebut berupa tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok atau khalayak saat terlibat dalam proses komunikasi.

Menurut Littlejohn & Foss (2009, h. 356) dalam Victoria (2020, h. 18-19) berpendapat, “Terdapat beberapa asumsi mengenai teori etnografi komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi dapat dijelaskan dalam sistem aturan. Anggota sebuah masyarakat membuat pilihan komunikasi di luar tata bahasa. Pilihan-pilihan tersebut dibuat berdasarkan konteks sosial budaya mereka masing-masing.
2. Orang kerap menggunakan simbol dan konfigurasi simbol-simbol tersebut bersarang di struktur kehidupan sosial budaya.
3. Komunikasi merupakan suatu hal yang terpola. Komunikasi manusia bersifat terstruktur meskipun kepribadian seorang pelaku komunikasi dapat mempengaruhi pilihan komunikasi.
4. Komunikasi merupakan suatu hal yang khas. Dalam konteks sosial budaya, sumber komunikasi, bagaimana komunikasi dilakukan dan dinilai selalu berbeda.
5. Komunikasi merupakan konsekuensi sosial. Pelaku komunikasi adalah orang yang menanggung konsekuensi pelanggaran terhadap struktur normatif yang ditentukan oleh masyarakat di mana ia tinggal.
6. Komunikasi merupakan hal yang strategis, dan komunikator dapat menggunakan kode *verbal* atau pun *non-verbal* untuk mencapai hasil yang diinginkan dirinya atau pun kelompok.

7. Komunikasi tidak selalu ditentukan oleh budaya atau pun kelompok masyarakat.”

Menurut Hymes dalam Victoria (2020, h. 18-19) berpendapat, “Terdapat juga beberapa ruang lingkup kajian etnografi komunikasi, yaitu:

1. Pola dan fungsi komunikasi.
2. Hakikat dan definisi masyarakat tutur.
3. Cara-cara berkomunikasi.
4. Komponen-komponen kompetensi komunikatif.
5. Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial.
6. Semesta dan ketidaksamaan linguistik.”

Menurut mulyana (2010, h. 161) dalam Darmanto (2016, h. 13) berpendapat, “Etnografi komunikasi digunakan untuk meneliti perilaku manusia dalam lingkungan spesifik alamiah.” Berdasarkan Littlejohn & Foss (2009, h. 462) dalam Darmanto (2016, h. 13) berpendapat, “Bahwa etnografi komunikasi mengangkat tiga jenis masalah. Masalah pertama adalah untuk menemukan jenis *shared identity* (identitas bersama) yang diciptakan oleh komunikasi dalam komunikasi budaya. Masalah kedua adalah untuk mengungkap *shared meanings of public performances* (makna bersama dari performa publik) dilihat dalam kelompok. Masalah ketiga adalah untuk menggali kontradiksi atau paradoks dari kelompok.”

Menurut Kuswarno (2019, h. 38-46) dalam Victoria (2020, h. 19-20) berpendapat, “Istilah-istilah yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian etnografi komunikasi, yaitu:

1. Masyarakat tutur

Dalam etnografi, masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat komunikatif tertentu.

2. Aktivitas komunikasi

Menemukan aktivitas komunikasi berarti juga mengidentifikasi peristiwa/proses komunikasi. Proses komunikasi di dalam Etnografi Komunikasi merupakan proses yang khas yang bisa dibedakan dari proses komunikasi dalam konteks komunikasi lain, aktivitas komunikasi yang khas ini mengandung peristiwa-peristiwa khas yang berulang, di mana kekhasan ini dipengaruhi oleh aspek sosiokultural partisipan komunikasi. Untuk menganalisis aktivitas komunikasi, seorang peneliti harus bisa memahami unit-unit diskrit aktivitas komunikasi, yakni: konteks terjadinya komunikasi, peristiwa komunikatif, serta tindak komunikatif.

3. Komponen komunikasi

Komponen komunikasi menurut perspektif Etnografi Komunikasi di antaranya, yaitu: genre, topik, tujuan dan fungsi, setting, partisipan, bentuk pesan, isi pesan, urutan tindakan, kaidah interaksi, dan norma-norma interpretasi.

4. Kompetensi komunikasi

Kompetensi komunikasi ini adalah tindakan komunikatif seseorang sebagai bagian dari sebuah masyarakat tutur yang lahir

dari integrasi keterampilan linguistik, interaksi, serta kebudayaan. Kemahiran seseorang dalam menguasai satu jenis keterampilan tersebut akan mempengaruhi perilaku komunikasi yang ditampilkan oleh sang komunikator.

5. Varietas bahasa

Dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan caracara berbicara yang dipakai oleh anggota masyarakat tutur. Varietas tersebut melingkupi varietas dialek dan faktor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari variasi bahasa yang ada.”

Berdasarkan Kuswarno (2008, h. 34) dalam Darmanto (2016, h. 16) berpendapat, “Ada tiga tema kultural besar yang menjadi focus perhatian etnografi komunikasi, yaitu: prinsip-prinsip peran dan pengetahuan individu tentang peran tersebut, perasaan individu akan peran dalam kebudayaan dan varietas (rentang jenis) perilaku yang kemudian tampak.” Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa etnografi komunikasi berusaha mempelajari peristiwa komunikasi pada msyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori etnografi komunikasi untuk dapat memahami dan menjelaskan tentang aktivitas perilaku komunikasi pada komunitas pecinta mobil modifikasi.

2.2.2 Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok sebenarnya komunikasi interpersonal, sebab terjadi di antara anggota kelompok dan sifatnya secara langsung, pesan yang

tersampaikan secara lisan tanpa memerlukan perantara sehingga terjadi umpan balik yang tersampaikan saat itu juga (Faizal, 2012, h. 123). Komunikasi di kelompok adalah komunikasi yang terjadi antarindividu dengan orang lain di dalam kelompok dan saling menghadap agar mendapat kesempatan setiap penerima maupun penyampai pesan memberi respons secara verbal (Hadi, 2009, h. 3).

Komunikasi kelompok merupakan penelitian, bidang studi, serta pengimplementasian yang berfokus pada kelompok dan sikap atau tingkah laku komunikasi pada individu saat bertatap muka dalam diskusi kecil (Goldberg dan Larson dalam Gurning, 2012, h. 3). Terdapat bermacam unsur yang ada di komunikasi kelompok, terdiri atas komunikasi lisan, tujuan, kepemimpinan, norma kelompok, peran, kohesivitas kelompok, serta kondisi kelompok (Gurning, 2012, h. 3).

2.2.2.1 Sifat-Sifat Komunikasi Kelompok

Menurut Gurning (2012, h. 3) sifat komunikasi kelompok, meliputi:

1. Jalinan komunikasi kelompok terjadi jika saling bertatap muka.
2. Kelompok sekadar mempunyai partisipan dalam jumlah sedikit.
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seorang pimpinan.
4. Kelompok berbagi tujuan maupun target secara bersama.
5. Anggota kelompok saling memengaruhi satu sama lain.

Terdapat bermacam unsur pada komunikasi kelompok, meliputi komunikasi lisan, tujuan, kepemimpinan, norma, peran, kohesivitas, serta kondisi kelompok (Gurning, 2012, h. 3).

2.2.2.2 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

Menurut Bungin (2009, h. 274) komunikasi kelompok mempunyai fungsi/peran, terdiri atas:

- a. Fungsi hubungan sosial, mempunyai arti jika suatu kelompok dapat merawat serta memantapkan relasi sosial, seperti cara kelompok memberi kesempatan untuk anggota agar beraktivitas secara informal, santai, dan menghibur.
- b. Fungsi pendidikan merupakan upaya kelompok secara formal ataupun informal bekerja guna meraih serta saling bertukar pengetahuan.
- c. Fungsi persuasi, anggota kelompok yang berusaha untuk membujuk atau mengajak anggota lain guna bertindak atau tidak bertindak sesuatu. Individu yang ikut serta dalam upaya persuasif memiliki risiko tidak diterima oleh anggota kelompok lain.
- d. Fungsi penyelesaian masalah, kelompok pun direpresentasikan melalui aktivitas guna menyelesaikan permasalahan serta pembuatan keputusan.

e. Fungsi terapi, kelompok pun mempunyai perbedaan dengan kelompok lain, sebab setiap kelompok mempunyai tujuan masing-masing. Tentu, setiap individu perlu menjalin interaksi dengan anggota kelompok untuk memperoleh manfaat, tetapi upaya utama ialah membantu diri sendiri dan tidak membantu kelompok memperoleh kesepakatan.

Menurut Liliweri (2015, h. 18) berpendapat, “Komunikasi kelompok memiliki fungsi guna menyampaikan cara berinteraksi bagi individu dengan kelompok selama melahirkan persetujuan, seperti berbagi informasi, penyelesaian permasalahan agar keseluruhan kelompok bisa mewujudkan karakter pribadi secara tepat.” Hal itu akan berdampak pada terawatnya pertalian antarindividu di kelompok tersebut.

2.2.3 Kohesivitas Kelompok

Menurut Stephen, et. al (2011, h. 347) dalam Aditya (2016, h. 13) berpendapat, “Kelompok dengan tingkat kohesivitas yang tinggi berpeluang mengajak anggotanya kian erat.” Menurut Latipun (2020, h. 23) berpendapat, “Kohesivitas kelompok merupakan wujud dari rasa saling memiliki serta diterima oleh anggota kelompok lain, secara berkesinambungan menjalin kontak dengan anggota, merasa kurang nyaman apabila sendirian.” Menurut Robbin (2003) dalam Ilmiah (2017, h. 27) mengungkapkan, “Jika kelompok maupun pegawai dengan kohesif yang tampak dari kebersamaan serta interaksi yang rutin antarkaryawan. Kohesivitas kelompok (kekompakkan)

memiliki hubungan kuat dengan kepuasan anggota kelompok/pegawai, kian kohesif para pegawai, berarti kian membesar rasa puasnya. Di kelompok/pegawai yang kohesif, pegawai merasa aman dan mendapat perlindungan, sehingga komunikasi kian bebas dan cenderung terbuka.”

Berdasar penjelasan Newcomb (1981) dalam Safitri (2012, h. 4) berpendapat, kohesivitas kelompok memperoleh istilah sebagai *kekompakan*. “Kekompakan ialah derajat seberapa jauh anggota kelompok melekat menjadi satu yang bisa menampilkan diri melalui bermacam metode serta beragam aspek yang berbeda dan bisa membantu ke arah hasil yang serupa. Kekompakan mempunyai prinsip, meliputi integrasi struktural, daya tarik terhadap *interpersonal*, serta perilaku yang dipunyai bersama oleh anggota lain.” Robbin (2001) dalam Safitri (2012, h. 5) mengungkapkan, “Jika kelompok kohesif ditunjukkan melalui kehadiran kebersamaan serta hubungan yang rutin antaranggota.”

2.2.4 Solidaritas Sosial

Solidaritas sosial sesuai penjelasan Paul Johnson (1988, h. 181) berpendapat, “Jika solidaritas memperlihatkan ke suatu kondisi antarindividu maupun kelompok yang berdasar para perasaan moral serta kepercayaan, yang diperkuat oleh pengalaman emosional.” Robbert M.Z Lawang (1985, h. 262) menjelaskan, “Jika solidaritas sosial meliputi persahabatan, kesatuan, rasa saling memercayai yang hadir melalui pertanggungjawaban serta kepentingan bersama di setiap anggota.” Secara jelas, solidaritas yang

dikemukakan Emile Durkheim yang dikutip Robbert M.Z Lawang (1985, h. 63) menjelaskan, “Jika keadaan saling memercayai satu sama lain di dalam kelompok/komunitas.” Apabila seseorang saling memercayai, mereka bisa menjadi sahabat yang saling menghormati, bertanggung jawab guna memberi bantuan dalam mencukupi segala keperluan anggota. Menurut Soerjono Soekanto (1987, h. 68-69) menjelaskan, “Jika solidaritas sosial adalah kesinambungan pada anggota di suatu asosiasi, kelompok, perkumpulan, kelas sosial, maupun jalinan di antara individu dan kelompok, serta kelas yang mengonstruksi masyarakat dengan segala komponennya.” Berdasar penjelasan Irwansyah (2011, h. 53) berpendapat, “Hidup berdampingan dan saling membangun solidaritas sosial di bermacam kepercayaan dan suku, menampakkan pengakuan serta penghargaan terhadap kesederajatan terkait perbedaan kultur.” Hal itu memiliki arti jika pemahaman multikulturalisme sudah terimplementasikan di kehidupan bermasyarakat. Menurut Zuhaili (2013, h. 63) berpendapat, “Salah satu konsekuensi logis dari prinsip solidaritas sosial adalah jaminan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan dasar bagi setiap anggota individu dalam masyarakat, akan tetapi sebuah hak yang memberikan seseorang hak mengajukan tuntutan di hadapan hakim hingga ia mendapatkan apa yang bisa mencukupi bagi dirinya.”

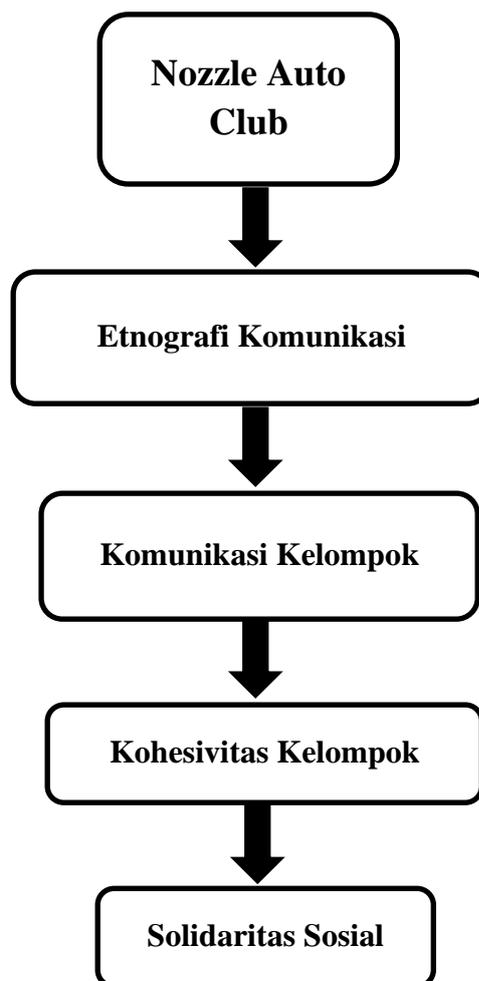
2.2.4.1 Konsep Solidaritas Sosial

Menurut Durkheim dalam Lawang (1986, h. 181) menyatakan, “Bahwa solidaritas sosial merupakan suatu keadaan hubungan antara

individu dan atau kelompok yang didasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama. Solidaritas menekankan pada keadaan hubungan antar individu dan kelompok dan mendasari keterikatan bersama dalam kehidupan dengan didukung nilai-nilai moral dan kepercayaan yang hidup dalam masyarakat.”

2.3 Kerangka Pemikiran

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Olahan Pribadi