

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mencari beberapa jurnal baik jurnal nasional maupun internasional berkaitan dengan topik yang diteliti yaitu mengenai strategi komunikasi. Mengingat rumusan masalah yang angkat mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas Kongregasi Cintakasih Sakramen Mahakudus (CCSS) untuk menarik minat masyarakat katolik di Palembang dalam studi kasus. Dalam kajian penelitian terdahulu, akan terdapat perbedaan konsep yang diangkat. Tujuannya agar penelitian ini lebih terfokus dan lebih memberikan kebaruan.

Penelitian terdahulu pertama berjudul “Pola Komunikasi Kelompok Komunikasi Spartan Komando (SPARKO) Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensinya”. Penelitian ini dilakukan oleh Wulan Dwi Pratiwi, Selvi Sofiawati, dan Iswahyu Pranawukir yang merupakan mahasiswi dan mahasiswa dari Universitas Bina Sarana Informatika dan Institut Bisnis Informatika KOSGORO 1957. Jurnal ini diterbitkan pada Januari 2024. SPARKO adalah sebuah komunitas olahraga bergaya militer di Indonesia yang terinspirasi oleh prajurit Sparta yang bertubuh bugar dan juga kekar atau six pack, seperti yang diceritakan dalam film 300 oleh sutradara Zack Snyder. Pada tahun 2015, Letkol Eka Wira Dharmawan, seorang perwira kopassus dari Tentara Nasional Indonesia (TNI), membentuk komunitas ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan cara-cara komunikasi kelompok mempertahankan eksistensi. Teori tipe jaringan pola komunikasi digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi Bintang adalah cara untuk mempertahankan eksistensi kelompok komunitas SPARKO. Pola komunikasi ini bersifat dua arah terbuka, sehingga coach dan anggotanya dapat menggunakan saluran ini untuk berkomunikasi, berbagi ide, dan berpartisipasi secara aktif dalam kelompok. Komunitas SPARKO dapat melibatkan dan mengajak anggota yang masih pasif untuk berpartisipasi

dalam setiap kegiatan atau latihan sehingga mereka dapat membangun 180 kepercayaan diri dalam menyampaikan ide atau pendapat dalam kelompok. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan pola komunikasi yang digunakan dalam kelompok untuk menjadi kelompok yang solid dan dapat terus bertahan (Sofiawati et al., 2024).

Penelitian terdahulu kedua berjudul “Peranan Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Kracker Kota Bengkulu Dalam Menjalin Kebersamaan Antar Anggota Kelompok”. Penelitian ini dilakukan oleh Lisa Adhrianti, dan Hendra Rachmat Eka Putra yang merupakan mahasiswi dan mahasiswa dari Universitas Bengkulu. Jurnal ini diterbitkan pada Oktober 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji betapa pentingnya komunikasi kelompok dalam menciptakan kekompakan antar anggota kelompok pada komunitas kerupuk Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan teori konsentrasi simbolik. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Penelitian pada masyarakat Kracker Bengkulu menunjukkan bahwa setiap anggota kelompok perlu saling melihat dan mendengar serta mengatur umpan balik secara verbal dan non-verbal. Istilah tatap muka yang digunakan dalam komunitas ini berarti setiap anggota kelompok harus saling melihat dan mendengar. Tujuan dari komunitas Kerupuk Bengkulu adalah untuk menciptakan identitas kelompok yang berbeda. Jika tujuan kelompok adalah untuk bertukar informasi, komunikasi membantu meningkatkan pengetahuan. Pelestarian diri biasanya berfokus pada anggota atau struktur kelompok itu sendiri (Adhrianti & Putra, 2022).

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “Strategi Komunikasi Siaran Radio Gen 98.7 Fm Jakarta Dalam Program Siaran Dj Sore Untuk Mempertahankan Pendengar”. Penelitian ini dilakukan oleh Annastasya Rizqa Prisanastiti dan Djudjur Luciana Radjagukguk yang merupakan mahasiswi dari Universitas Nasional. Jurnal penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi tidak langsung, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori POAC yang diusulkan oleh George R. Terry digunakan, yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan

(actuating), dan pengawasan (controlling). Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan metode komunikasi yang paling efektif untuk menarik pendengar Gen 98.7 FM untuk mendengarkan program DJ Sore. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi radio Gen 98.7 FM untuk program DJ Sore didasarkan pada keinginan karyawan radio untuk membuat program yang dapat diakses oleh pendengar saat mereka berada di tempat kerja atau di rumah. Ini mendorong pengelola program untuk mengembangkan gagasan dan fitur baru yang menarik (Prisanastiti & Radjaguguk, 2020).

Penelitian terdahulu keempat berjudul “Marketing Communication Strategy of Halal Tourism Around Gus Dur’s Cemetery in Jombang”. Penelitian ini dilakukan oleh Afifatur Rohimah, Mohammad Insan Romadhan yang merupakan mahasiswa dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia. Jurnal penelitian ini dilakukan pada Juni 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk wisata halal di kompleks wisata religi makam Gus Dur. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui pendekatan mapping. Untuk memaksimalkan data yang dikumpulkan, teori campuran komunikasi pemasaran digunakan. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran wisata halal yang paling tepat untuk diterapkan di wisata makam Gus Dur. Strategi ini mencakup mengoptimalkan peran iklan, meningkatkan acara, meningkatkan hubungan masyarakat, publisitas sosial, pemasaran langsung digital, dan meningkatkan persepsi wisata melalui word of mouth. Strategi pemasaran wisata halal harus mempertimbangkan konsep wisata halal yang secara keseluruhan ramah muslim. Strategi komunikasi pemasaran ini akan menarik wisatawan lokal dan internasional ke makam Gus Dur (Rohimah & Romadhan, 2019).

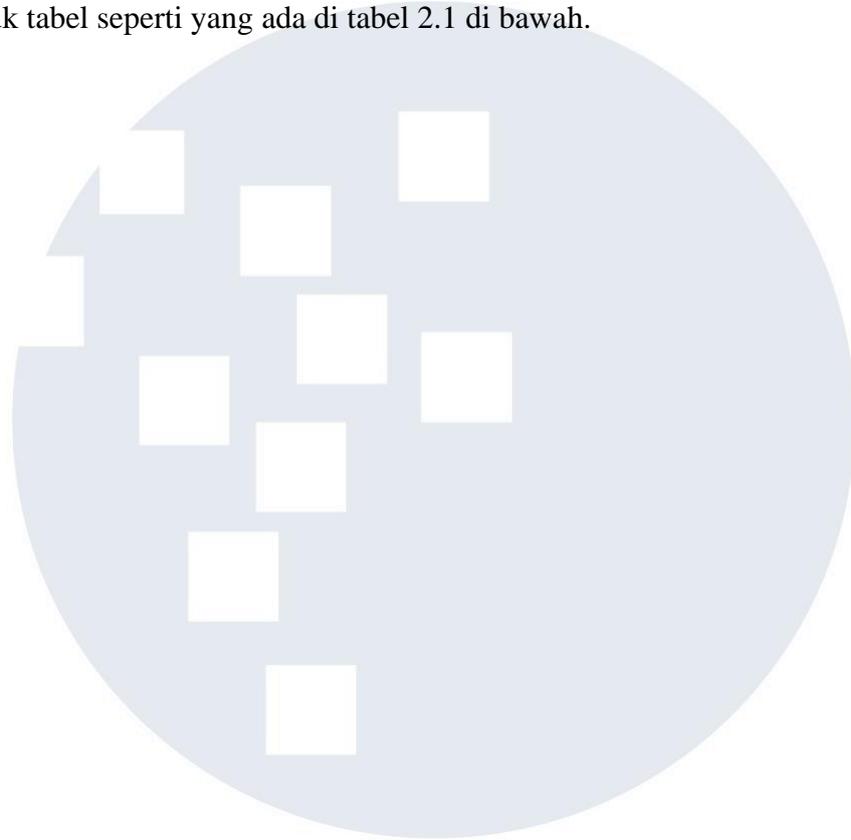
Penelitian terdahulu kelima berjudul “Culture shock dalam Komunikasi Antar Budaya”. Penelitian ini dilakukan oleh Muhamad Firdaus Dwiatmoko dan Erik Setiawan adalah mahasiswa dari Universitas Islam Bandung dengan Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi. Jurnal ini dibuat pada Februari 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pegawai yang berasal dari Jawa Timur memahami shock kultur dan bagaimana

mereka beradaptasi dengan shock tersebut. Metode kualitatif yang dikombinasikan dengan metodologi fenomenologi Alfred Schutz. Wawancara, observasi, dan tinjauan digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini sendiri. Dalam penelitian, teori Edward T. Hall tentang komunikasi antarbudaya digunakan. Teori Hall menyatakan bahwa komunikasi dan budaya sangat terkait satu sama lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan memahami budaya sangat beragam di Indonesia, yang berarti bahwa setiap daerah memiliki budayanya sendiri. Para karyawan menyambut perbedaan tersebut dengan baik karena tidak menjadikannya musuh. Namun, bagi karyawan Timur, perbedaan itu penting. Budaya Jawa baru saja muncul, mereka perlu belajar (Dwiatmoko & Setiawan, 2019).

Penelitian terdahulu keenam berjudul “Indonesian Student’s Cross-Cultural Adaptation in Busan, Korea”. Jurnal ini teliti oleh Deddy Mulyana dan Bertha Sri Eko yang berasal dari Universitas Multimedia Nusantara pada Januari 2017. Studi ini bertujuan mempelajari adaptasi lintas budaya siswa Indonesia di Busan, Korea Selatan. U-kurva, model tahap penyesuaian lintas budaya, terdiri dari fase awal, krisis, pemulihan, dan penyesuaian, merupakan dasar dari pendekatan kualitatif yang digunakan. Studi ini melibatkan wawancara mendalam dengan sepuluh siswa Indonesia yang belajar di Busan. Dalam penelitian ini, teori adaptasi antar budaya digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa, stereotip, prasangka, dan etnosentrisme orang Korea adalah hambatan komunikasi utama yang dihadapi informan penelitian saat berinteraksi dengan siswa Korea, yang mengakibatkan diskriminasi terhadap siswa Indonesia. Pelajar Korea memiliki sikap tertutup terhadap bahasa Indonesia, yang menghalangi mereka untuk berkomunikasi dengan baik (Mulyana & Eko, 2017).

Penelitian yang sedang dilakukan ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini berfokus pada komunitas Kongregasi Cintakasih Sakramen Mahakudus (CCSS) untuk menarik minat masyarakat katolik di Palembang dalam studi kasus. Penelitian ini dilihat dari sudut pandang komunitas Kongregasi Cintakasih Sakramen Mahakudus (CCSS). Penelitian ini mengimplementasi konsep strategi komunikasi, komunikasi kelompok dan komunikasi antarbudaya.

Jurnal penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan diatas, akan dipaparkan dalam bentuk tabel seperti yang ada di tabel 2.1 di bawah.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Penelitian	Metodologi yang digunakan	Teori yang digunakan	Hasil
1.	Pola Komunikasi Kelompok Komunikasi Spartan Komando (SPARKO) Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensinya.	Wulan Dwi Pratiwi, Selvi Sofiawati, dan Iswahyu Pranawukir (Universitas Bina Sarana Informatika dan Institut Bisnis Informatika KOSGORO 1957, 2024).	Metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.	Teori tipe jaringan pola komunikasi dengan konsep komunikasi kelompok.	Pola komunikasi yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi kelompok komunitas SPARKO yaitu pola komunikasi Bintang. Pola komunikasi ini bersifat dua arah dan terbuka, sehingga coach dan anggotanya dapat menggunakan saluran ini untuk berkomunikasi, berbagi ide, dan berpartisipasi secara aktif dalam kelompok. Komunitas SPARKO dapat melibatkan dan mengajak

					<p>anggota yang masih pasif untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan atau latihan sehingga mereka dapat membangun 180 kepercayaan diri dalam menyampaikan ide atau pendapat dalam kelompok. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan pola komunikasi yang digunakan dalam kelompok untuk menjadi kelompok yang solid dan dapat terus bertahan.</p>
2.	Peranan Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Kracker Kota	Lisa Adhrianti, dan Hendra Rachmat Eka Putra (Universitas Bengkulu, 2022).	Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan	Teori pemusatan simbolis atau <i>convergence theory</i> dengan konsep	Komunitas Kracker Bengkulu menunjukkan bahwa setiap anggota kelompok harus melihat dan mendengar anggota lainnya serta dapat mengatur umpan balik

<p>Bengkulu Dalam Menjalin Kebersamaan Antar Anggota Kelompok.</p>		<p>cara wawancara, observasi dan ikut serta dalam komunitas tersebut.</p>	<p>komunikasi kelompok.</p>	<p>verbal dan nonverbal. Terminologi tatap muka yang digunakan di komunitas Kracker Bengkulu menunjukkan bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya. Tujuan komunitas Kracker Bengkulu adalah akan memberikan beberapa identitas kelompok. Jika tujuan kelompok adalah bertukar informasi, komunikasi dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan. Kelompok yang bertujuan untuk pemeliharaan diri atau <i>self-maintenance</i> biasanya berfokus</p>
--	--	---	-----------------------------	---

					pada anggota kelompok atau struktur kelompok itu sendiri.
3.	Strategi Komunikasi Siaran Radio Gen 98.7 Fm Jakarta Dalam Program Siaran Dj Sore Untuk Mempertahankan Pendengar	Annastasya Rizqa Prisanastiti dan Djudjur Luciana Radjagukguk (Universitas Nasional, 2020)	Metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan melakukan teknik wawancara mendalam, observasi secara tidak langsung dan dokumentasi.	Teori POAC yang diusulkan oleh George R. Terry.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi radio Gen 98.7 FM untuk program DJ Sore didasarkan pada keinginan staf radio untuk membuat program yang dapat menemani para pendengarnya saat mereka bekerja atau dalam perjalanan pulang. Hal ini mendorong pengelola program siaran DJ Sore untuk mengembangkan ide dan fitur baru yang menarik.
4.	<i>Marketing Communication Strategy of Halal</i>	Afifatur Rohimah dan Mohammad Insan Romadhan	Metode kualitatif deskriptif melalui	Marketing communication mix theory	Strategi komunikasi pemasaran wisata halal yang paling tepat untuk diterapkan di wisata makam

	<i>Tourism Around Gus Dur's Cemetery in Jombang</i>	(Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019).	pendekatan mapping.		Gus Dur. Strategi ini mencakup mengoptimalkan peran iklan, meningkatkan acara, meningkatkan hubungan masyarakat, publisitas sosial, pemasaran langsung digital, dan meningkatkan persepsi wisata melalui <i>word of mouth</i> . Strategi pemasaran wisata halal harus mempertimbangkan konsep wisata halal yang secara keseluruhan ramah muslim. Strategi komunikasi pemasaran ini akan menarik wisatawan lokal dan internasional ke makam Gus Dur.
5.	<i>Culture shock</i> dalam	Muhamad Firdaus Dwiatmoko,	Metode kualitatif dengan pendekatan	Konsep komunikasi	Para pegawai memahami budaya yang sangat beragam di Indonesia

	Komunikasi Antar Budaya.	Erik Setiawan (Universitas Islam Bandung, 2019)	fenomenologi Alfred Schutz.	antarbudaya, Edward T. Hall	sehingga menyebabkan setiap daerah mempunyai budayanya masing-masing. Perbedaan tersebut disambut positif oleh para karyawan karena perbedaan tersebut tidak menjadikan mereka musuh namun perbedaan itu sendiri memberikan arti bagi karyawan Timur. Budaya Jawa pada baru ada, mereka harus belajar.
6.	Indonesian Students' Cross-Cultural Adaptation In Busan, Korea	Deddy Mulyana, Bertha Sri Eko (Universitas Multimedia Nusantara, 2017).	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berdasarkan U-	Teori adaptasi antar budaya.	U-kurva sebagai model adaptasi lintas budaya masih berguna meskipun telah dikritik oleh banyak ilmuwan, terutama mereka yang melakukan penelitian interpretatif berdasarkan model

			<p>kurva. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara 10 mahasiswa Indonesia di Busan, Korea Selatan.</p>	<p>penelitian induktif. Hambatan komunikasi utama dialami adalah bahasanya penghalang, selain stereotip, prasangka, dan etnosentrisme yang dianut oleh masyarakat Korea menyebabkan diskriminasi terhadap mereka. Culture shock dialami oleh sebagian besar pelajar Indonesia dalam penelitian ini.</p>
--	--	--	--	---

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah cara unik untuk mengirim dan menerima informasi. Menurut Kennedy dan Soemanagara, tiga pilar strategi komunikasi adalah kesadaran, perhatian, dan kesetiaan (Kennedy & Soemanagara, 2006). Dari buku yang ditulis oleh Bungin, Jones menyatakan bahwa strategi komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat dengan berfokus pada sumber dan menyampaikan pesan yang paling relevan kepada massa. Menurut Jones dalam buku “*Komunikasi pariwisata (tourism dan communication): pemasaran dan brand destinasi*“ yang ditulis oleh Bungin, pendekatan komunikasi adalah proses yang aktif yang melibatkan publik, bukan proses yang tidak bergerak yang berfokus pada sumber yang dituju untuk menyampaikan pesan. Akibatnya, komunikasi sangat penting saat memulai kegiatan atau program. Saat merancang strategi komunikasi, beberapa komponen penting harus dipertimbangkan yaitu komunikator, pesan, media, pemberi pesan, dan tujuan atau sasaran (Bungin, 2015).

Dalam buku “*Strategi Komunikasi*”, Anwar Arifin menulis bahwa mencapai tujuan komunikasi yang efektif memerlukan mengetahui audiens Anda, menetapkan tujuan Anda, menyusun pesan Anda, dan menentukan metode dan penggunaan media. (Arifin, 2016).

1. Menetapkan masyarakat untuk mencapai komunikasi yang efektif, maka komunikator harus mempertimbangkan khalayak dan membuat pesan, metode, dan media yang relevan dengan mereka. Komunikator harus memahami pola pikir atau *frame of reference* dan pengalaman lapangan atau *field of experience* masyarakat sekitar.
2. Menentukan tujuan ini bertujuan untuk menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Jika ada informasi yang mereka butuhkan, masyarakat sekitar cenderung senang dan *respect*. Menasihati orang lain, menyelesaikan masalah, membuat keputusan, dan mengevaluasi perilaku untuk mencapai tujuan mereka adalah cara terbaik untuk membantu mereka.

3. Menyusun pesan harus disampaikan secara menarik. Selain itu, pesan harus sesuai dengan segmentasi saat ini agar tepat sasaran dan memenuhi kebutuhan individu masyarakat.
4. Menetapkan metode dan penggunaan media. Selain isi pesan yang sesuai, penentuan metode dan penggunaan media akan mempengaruhi komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikaor untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Bukan hanya itu, pemilihan media juga berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

Menurut Liliweri dari buku yang berjudul “*Komunikasi serba ada serba makna*” tujuan strategi komunikasi dibagi menjadi lima yaitu *announcing*, *motivating*, *educating*, *informing*, *supporting decision making* (Liliweri, 2011).

1. Memberi tahu atau *announcing* adalah strategi ini dimaksudkan untuk menyampaikan informasi penting dari pesan yang ingin Anda sampaikan untuk menarik target audiens Anda, dan memberikan informasi pendukung tambahan untuk target audiens Anda.
2. Memotivasi atau *motivating* adalah sebuah strategi yang bertujuan untuk memulai tindakan. Hal ini memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang disampaikan.
3. Mendidik atau *educating* adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengajarkan siswa untuk tidak hanya sekedar menyampaikan pesan saja, namun juga menilai apakah pesan tersebut baik atau buruk berdasarkan pesan yang disampaikan.
4. Menyebarkan informasi atau *informing* adalah pendekatan yang bertujuan untuk menyebarkan informasi sesuai dengan tujuan komunikasi untuk meningkatkan komunikasi.
5. Mendukung proses pengambilan keputusan atau *supporting decision making* adalah pendekatan yang bertujuan untuk meningkatkan proses pengambilan keputusan.

2.2.2 Organisasi

Chester Irving Barnard adalah orang pertama yang memahami konsep organisasi sebagai sistem kerja sama. Menurut buku *"The Functions of the Executive Barnard"*, organisasi terdiri dari lima komponen pengertian yaitu sistem, kegiatan, komunikasi, hierarki, dan tujuan. Menurut Barnard, organisasi formal adalah sistem kegiatan yang direncanakan secara sadar oleh dua atau lebih orang (Barnard, 1938). Organisasi menurut Etzioni, adalah unit sosial atau kelompok yang membuat dan merekonstruksi diri sendiri secara sadar untuk mencapai suatu tujuan (Etzioni, 1972). Organisasi digambarkan sebagai sistem yang terdiri dari bagian-bagian yang saling bergantung atau bergantung satu sama lain. Menggabungkan berbagai kegiatan menjadi kelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama dan diawasi oleh orang yang memiliki posisi lebih tinggi, kegiatan ini diorganisasikan. Koordinasi yang dilakukan secara sadar menunjukkan bahwa tindakan berorientasi pada tujuan organisasi (Hardjana, 2016).

Dalam buku yang berjudul *"Organisasi Tata Laksana dan Lembaga Kearsipan"*, menggambarkan organisasi sebagai suatu proses perencanaan yang melibatkan pembentukan, pengembangan, dan pemeliharaan pola atau struktur hubungan kerja di antara orang-orang yang bekerja dalam kelompok kerja (Effendhie, 2019). Menurut Irene, organisasi terdiri dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam kelompok besar, dengan sistem koordinasi yang jelas untuk pedoman struktural dan organisasi. Setiap organisasi mempunyai karakteristik masing-masing yaitu bersifat dinamis, memerlukan informasi, mempunyai tujuan dan terstruktur (Irene, 2020).

1. Karakteristik utama organisasi adalah dinamis. Organisasi adalah sistem terbuka yang selalu berubah karena menghadapi tantangan baru dan harus menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungannya. Sifat dinamis ini disebabkan oleh perubahan teknologi, pasar, kondisi sosial, dan ekonomi.
2. Informasi adalah atribut kedua yang ada dalam organisasi. Tidak mungkin bagi organisasi untuk beroperasi tanpa informasi. Informasi diperoleh

melalui proses komunikasi, dan tanpa proses ini, informasi tidak dapat diperoleh. Oleh karena itu, komunikasi sangat penting untuk organisasi.

3. Karakteristik ketiga adalah memiliki tujuan. Organisasi adalah kelompok individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi diharapkan untuk mendukung tujuan organisasi lainnya.
4. Karakteristik terakhir dari sebuah organisasi adalah strukturnya. Organisasi tertentu memiliki batas yang ketat dan struktur yang kompleks, sedangkan organisasi lainnya memiliki batas yang lebih longgar dan struktur yang lebih sederhana.

Ada tiga pendekatan yang terjadi dalam suatu organisasi yaitu pendekatan makro, mikro, dan individual (Romli, 2014).

1. Pendekatan makro melihat organisasi sebagai struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pendekatan makro melakukan hal-hal seperti memproses informasi dan lingkungan, mengidentifikasi, mengintegrasikan dengan organisasi lain, dan menetapkan tujuan.
2. Pendekatan mikro berfokus pada komunikasi di antara unit dan subunit suatu organisasi. Dalam pendekatan mikro, komunikasi yang perlu ditingkatkan termasuk komunikasi dengan anggota kelompok, tugas kelompok, iklim organisasi, dan supervisi dan pengarahan pekerjaan untuk mengetahui apakah karyawan puas dengan pekerjaan mereka di perusahaan.
3. Fokus pendekatan individual adalah komunikasi individu dalam organisasi. Berbicara kepada kelompok kerja, menghadiri dan berinteraksi dalam rapat, menulis, dan berdebat tentang proposal adalah beberapa bentuk komunikasi individual ini.

2.2.3 Komunikasi Kelompok

Komunikasi adalah proses antara komunikator dan komunikan. Kelompok adalah kelompok orang yang memiliki tujuan yang sama dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapainya, mengenal satu sama lain, dan menganggap satu

sama lain sebagai anggota kelompok. Komunikasi kelompok terjadi setelah tahapan komunikasi interpersonal dan termasuk dalam konteks komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Prinsip komunikasi kelompok mirip dengan prinsip komunikasi interpersonal: pesan yang disampaikan kepada orang lain dibalas dengan pesan yang telah ditafsirkan oleh orang lain sebelum dikirim kembali (Sulismiyati et al., 2023).

Ketika orang bertemu satu sama lain, komunikasi kelompok berbeda dari komunikasi interpersonal. Hal yang membedakan komunikasi kelompok dari komunikasi interpersonal adalah hubungan mereka dan tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi kelompok, tujuan kelompok yang ingin dicapai. Komunikasi kelompok adalah lingkungan terstruktur yang membantu peserta mengidentifikasi diri mereka sebagai kelompok dan memahami tanggung jawab mereka. Tujuan komunikasi kelompok dapat mencakup berbagi informasi, memecahkan masalah, mengingat secara akurat karakteristik pribadi anggota lain, dan menetapkan rencana kerja untuk mencapai tujuan tertentu (Abdurahman & Fahmi, 2020).

Semua hal yang terjadi ketika orang berkumpul dalam kelompok kecil dipelajari sebagai komunikasi kelompok. Karena komunikator dan komunikan berada di hadapan satu sama lain, komunikasi kelompok atau grup termasuk komunikasi tatap muka. Jumlah orang yang berkomunikasi bisa kecil atau besar. Kelompok dengan sedikit orang disebut kelompok komunikasi kecil. Kelompok dengan banyak orang disebut kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil, juga dikenal sebagai mikro grup, adalah kelompok orang yang memiliki kesempatan untuk berbicara secara verbal atau di mana komunikator dapat berbicara secara pribadi dengan anggota kelompok mereka. Dalam komunikasi kelompok kecil ini, orang-orang yang terkait dapat mempertahankan perasaan dan kebiasaan mereka, dan umpan balik yang mereka terima biasanya rasional. Komunikasi kelompok besar terdiri dari banyak orang. Karena terlalu banyak orang yang berkumpul, komunikasi dan kontak pribadi menjadi kurang atau lebih sulit. Anggota kelompok besar biasanya sangat emosional dan tidak bisa mengendalikan perasaan mereka saat menanggapi komunikator. Selain itu, jika komunikan

bervariasi dalam hal usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, pengalaman, dan faktor lainnya (Nurhanifah et al., 2022).

Walgito mengatakan bahwa komunikasi kelompok terdiri dari dua kata yaitu kelompok dan komunikasi. Meskipun kelompok dapat diidentifikasi melalui persepsi, motivasi, tujuan, interdependensi, dan interaksi, komunikasi kelompok dapat dianggap sebagai menyamakan makna (Walgito, 2008). Namun, menurut Cartwright dan Zander, kelompok dari segi interdependensi adalah kumpulan beberapa individu yang memiliki ketergantungan satu sama lain. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa kelompok terdiri dari dua orang atau lebih, memiliki interaksi di antara anggotanya, memiliki tujuan khusus dan memiliki struktur dan pola hubungan di antara anggotanya (Cartwright & Zander, 1968).

Ada dua kelompok yaitu kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer memiliki hubungan langsung dengan orang lain, seperti keluarga. Anggota keluarga termasuk dalam kelompok primer atau primer karena mempunyai hubungan langsung dengan orang lain sejak lahir. Keluarga mengajarkan bagaimana kelompok berinteraksi, berkomunikasi, mengungkapkan pendapat, dan menolak pendapat. Keluarga, yang terdiri dari ayah, ibu, dan saudara, memiliki anggota yang mampu mengaktualisasikan diri dengan baik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kelompok primer ini masih memiliki hubungan darah dan mendapatkan banyak dukungan positif. Kelompok sekunder adalah kelompok yang dapat mengaktualisasikan minat mereka, seperti sekolah, lembaga agama, tempat bekerja, dan sebagainya (Tutiasri, 2016).

Ada tiga cara untuk menguji pola komunikasi suatu kelompok. Analisis interaksi kelompok yang efektif, hierarki komunikasi satu arah dan dua arah, serta jaringan komunikasi. Analisis interaksi kelompok yang efektif membangun sistem observasi yang disebut interaksi antar anggota kelompok dan membantu menjaga keseimbangan antara tugas dan aktivitas emosional. Hierarki komunikasi satu arah dan hierarki komunikasi dua arah mempunyai karakteristik yang sama, namun jaringan komunikasi tidak memiliki karakteristik yang sama. Komunikasi dua arah memungkinkan setiap orang menyampaikan dan menjelaskan pesan kepada orang lain melalui proses timbal balik. Di sisi lain, komunikasi satu arah bersifat

pasif dan tidak efisien. Jaringan komunikasi menentukan siapa yang dapat berkomunikasi dan bagaimana komunikasi terjadi secara langsung atau melalui jaringan komunikasi. Memungkinkan anggota suatu organisasi atau kelompok untuk berkomunikasi satu sama lain (Amalliah et al., 2022).

2.2.4 Komunitas

Komunitas adalah unit sosial yang mempunyai karakteristik sosial yang penting, seperti tempat, norma, budaya, agama, nilai, dan adat istiadat atau identitas. Komunitas biasanya didefinisikan sebagai kumpulan individu atau kelompok yang saling berhubungan dan berinteraksi dalam suatu area yang kecil dengan batas yang jelas. Menurut Kertajaya Hermawan, komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values* (Kertajaya, 2008).

Komunitas adalah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa organisme yang tinggal bersama di lingkungan yang sama dan biasanya memiliki minat dan tempat tinggal yang sama. Sebuah definisi lain dari komunitas adalah sebuah kelompok orang yang memiliki ciri-ciri sosial yang mirip sebagai anggota. Ciri-ciri ini dapat mencakup kesamaan profesi, tempat tinggal, dan kegemaran, antara lain. Menurut Ritonga, dalam bukunya yang berjudul "*Intervensi Komunitas dan Gerakan Sosial Birmingham Small Arm Owner's Motorcycle Siantar*" mengatakan bahwa Komunitas adalah kumpulan orang atau kelompok yang berinteraksi dan peduli satu sama lain di suatu area yang kecil dengan batas yang jelas. Dalam buku Ritonga, Hendro Puspito mengatakan bahwa kelompok sosial adalah suatu kelompok orang yang nyata, teratur, dan konsisten yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Komunitas adalah interaksi dan identifikasi sosial dengan berbagai aspek kebutuhan fungsional (Ritonga, 2022).

Dalam bukunya yang berjudul "*Community Development*", Jim Ite dan Frank Tesoriero, mengatakan bahwa ada lima ciri-ciri komunitas yaitu skala manusia, identitas dan kepemilikan, kewajiban, *Gemeinschaft* dan kebudayaan.

Ciri pertama adalah skala manusia. Skala manusia dalam komunitas sangat terbatas, karena itu orang-orang yang ada di dalam komunitas tersebut akan saling kenal. Dalam komunitas terbatas pada jumlah orang yang akan saling mengenal dan di mana semua orang dapat berinteraksi dengan mudah. Strukturnya cukup yang kecil membuat orang dapat memiliki dan mengendalikannya, yang memungkinkan pemberdayaan yang jujur. Ciri kedua adalah kepemilikan dan identitas. Rasa identitas yang diberikan komunitas kepada seseorang membentuk identitas mereka, menjadikannya bagian dari identitas mereka, dan memainkan peran penting dalam tempat seseorang di dunia. Komunitas bukan hanya kelompok yang diatur, namun seperti perhimpunan atau perkumpulan di mana setiap orang yang menjadi anggota merasa dimiliki dan dihargai (Ife & Tesoriero, 2016).

Ciri ketiga adalah kewajiban. Jika kelompok ingin tetap hidup, mereka membutuhkan pemeliharaan, dan anggotanya bertanggung jawab untuk menjaga suatu komunitas. Oleh karena itu, menjadi bagian dari suatu komunitas adalah pengalaman yang membutuhkan partisipasi aktif. Ciri keempat adalah *Gemeinschaft*. *Gemeinschaft* adalah kelompok sosial masyarakat yang memiliki hubungan yang kuat. *Gemeinschaft* atau paguyuban atau komunitas adalah jenis kehidupan bersama dimana anggota-anggotanya memiliki hubungan batin yang murni, abadi, dan alami. Kesetiaan, rasa kesatuan, dan kegotongroyongan yang kuat adalah nilai-nilai paguyuban atau komunitas. Sebuah komunitas memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain dalam berbagai peran yang lebih luas dan tidak terbatas, dan mendorong interaksi yang lain sebagai warga secara keseluruhan, bukan hanya sebagai peran atau kategori yang terbatas dan tetap. Ciri kelima adalah kebudayaan. Kebudayaan dalam suatu komunitas di nilai, produksi, dan diekspresikan dari suatu kebudayaan lokal atau berbasis masyarakat dapat diberikan. Kebudayaan ini akan memiliki karakteristik khusus yang terkait dengan komunitas terlibat (Ife & Tesoriero, 2016).

Dalam jurnal yang ditulis oleh Bawono, Rosabeth Kanter menggambarkan komitmen sebagai ketika seseorang merasa berkontribusi besar pada kelompok atau hubungan tersebut sehingga mereka dapat mempertahankan dan

mengembangkan perilaku yang dapat mendukung keteraturan sosial di dalamnya. Misionaris menjadi aspek fundamental dalam kestabilan dan persebaran suatu agama. Misionaris adalah orang yang ditugaskan untuk melayani secara penuh waktu untuk menyebarkan iman Kristen. Seorang misionaris diutus oleh Gereja untuk menyebarkan ajaran agama Kristiani kepada orang-orang di berbagai budaya atau wilayah. Gereja melihat misionaris sebagai perpanjangan misi Kristus kepada mereka. Mereka berkomitmen sepenuhnya pada pekerjaan misionaris, jadi mereka tinggal jauh dari rumah mereka. Misi misionaris adalah mengajar dan melayani orang di tempat kerja mereka. Misionaris biasanya berkeliling ke berbagai negara untuk menyebarkan ajaran agama mereka, termasuk negara yang membutuhkan bantuan karena bencana. Mereka berusaha untuk memberitakan ajaran Yesus Kristus kepada orang-orang di berbagai negara atau wilayah yang belum menganut agama Kristen atau yang belum (Bawono et al., 2017).

2.2.5 Komunikasi Antarbudaya

Pertukaran ide dan makna antara orang-orang yang berbeda budaya disebut komunikasi. Selain itu, komunikasi lintas budaya juga dapat terjadi apabila pengirim pesan berasal dari satu budaya dan penerima pesan berasal dari budaya lain. Komunikasi antarbudaya juga terjadi antar kelompok budaya yang setidaknya mempunyai latar belakang budaya yang berbeda. Komunikasi antarbudaya dapat muncul karena adanya perbedaan budaya, pengalaman, nilai-nilai, dan pandangan dunia. Menurut Guo-Ming Chen dan William J. Sartosa, komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolik yang mengontrol perilaku manusia dan membatasi pelaksanaan fungsi kelompok. Kelangsungan hidup manusia, identitas, dan faktor budaya lainnya sangat mempengaruhi komunikasi (Samovar et al., 2010). Philipsen menulis bahwa tugas komunikasi budaya adalah menjaga keseimbangan yang sehat antara kekuatan individu dan sosial, menciptakan rasa identitas bersama yang terus menjaga martabat, kebebasan, dan kreativitas individu. Pengalaman budaya individu yang terlibat dalam proses komunikasi membentuk cara budaya disosialisasikan.

Setelah membaca diskusi sebelumnya, jelas bahwa budaya dan komunikasi adalah satu sama lain (Regar et al., 2014).

Fungsi komunikasi antarbudaya dalam masyarakat yang semakin global dan beragam termasuk membantu individu dan kelompok untuk lebih memahami budaya, bahasa, norma sosial, nilai, keyakinan, dan tradisi orang lain. Dengan memahami budaya orang lain, individu atau kelompok tertentu dapat mengurangi prasangka dan stereotip serta meningkatkan kesadaran kultural mereka sendiri. Sekarang ada banyak bisnis yang beroperasi secara internasional. Komunikasi antarbudaya sangat penting untuk memfasilitasi kerja sama dan kolaborasi antara individu dan tim yang berasal dari budaya berbeda. Hal ini dapat mengatasi masalah yang muncul seiring berjalannya waktu (Heryadi & Silvana, 2013).

Untuk meningkatkan diplomasi dan hubungan antar negara, komunikasi antar budaya juga diperlukan untuk mendorong perdamaian negara, kerja sama, dan pemahaman lintas negara. Selain itu, kemampuan interpersonal untuk memahami dan menghormati perbedaan budaya yang ada dapat dipelajari melalui komunikasi antarbudaya. Memahami budaya orang lain juga dapat membuat mereka lebih nyaman dalam situasi tertentu (Dwi, 2023). Komunikasi antarbudaya mempunyai beberapa jenis yaitu komunikasi internasional, komunikasi antar ras, dan komunikasi antaretnis. Komunikasi internasional atau international communication adalah metode komunikasi budaya antara dua negara atau lebih. Salah satu contoh komunikasi internasional adalah diplomasi, serta situasi antar ras atau antarbudaya. Dalam kebanyakan kasus, komunikasi ini dikaitkan dengan kepentingan negara dengan negara lain, yang mencakup masalah ekonomi, politik, dan pertahanan, antara lain.

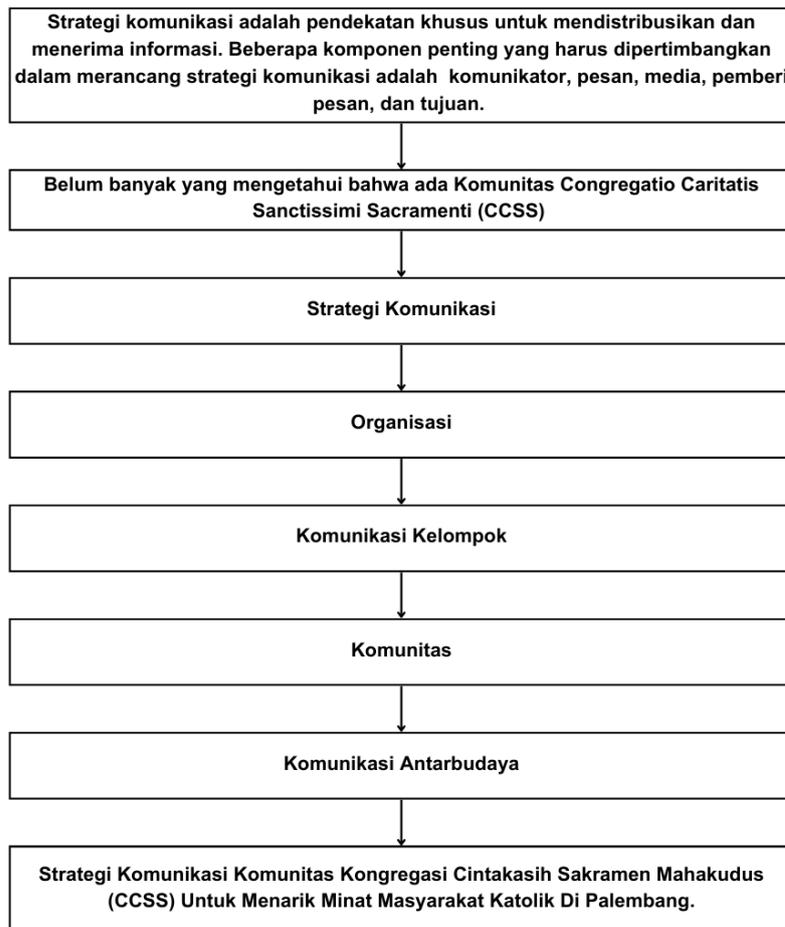
Ketika ada interaksi atau proses komunikasi antara individu atau kelompok yang berasal dari ras yang berbeda, komunikasi antar ras, juga dikenal sebagai interracial communication, memiliki ciri utama, yaitu bahwa masing-masing pihak memiliki stereotip terhadap seseorang yang berasal dari ras yang berbeda. Komunikasi antar ras juga dapat menyebabkan konflik karena masing-masing pihak memiliki stereotip terhadap seseorang yang berasal dari ras yang berbeda. Komunikasi antar etnis, juga dikenal sebagai interethnic communication, terjadi

ketika orang-orang dari berbagai etnis berpindah tempat atau migrasi. Adat, bahasa, dan budaya perlu disesuaikan saat pendatang menetap di tempat yang memiliki budaya dan tradisi yang berbeda (Suyitno, 2006).

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memerlukan landasan yang berguna sebagai acuan untuk memecahkan masalah penelitian diatas. Penelitian ini berfokus kepada strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas Kongregasi Cintakasih Sakramen Mahakudus (CCSS) untuk menarik minat masyarakat katolik di Palembang dalam studi kasus. Untuk memudahkan penelitian ini, menggunakan jenis dan sifat penelitian kualitatif deskriptif dan diperkuat dengan melakukan wawancara bersama dua informan dan satu key informan. Dalam mempermudah pengolahan data, menggunakan konsep strategi komunikasi, komunikasi kelompok dan komunikasi antarbudaya. Dengan konsep yang digunakan, harapannya penulis dapat menemukan strategi komunikasi apa saja yang digunakan oleh komunitas Kongregasi Cintakasih Sakramen Mahakudus (CCSS) untuk menarik minat masyarakat katolik di Palembang dengan lebih jelas dan terstruktur. Bagan alur penelitian terdapat pada gambar 2.1 dibawah ini.





Gambar 2.1 Bagan Alur Penelitian

Sumber: Olahan Penelitian

