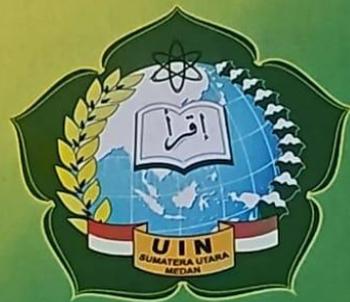


**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM
PENYEBARAN INOVASI PEMBANGUNAN
DI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA PROVINSI
SUMATERA UTARA**

DISERTASI

Oleh :
MUHAMMAD ALFIKRI
NIM : 94310040197

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI ISLAM**



**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM
PENYEBARAN INOVASI PEMBANGUNAN
DI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA PROVINSI
SUMATERA UTARA**

DISERTASI

Oleh:
MUHAMMAD ALFIKRI
NIM. 94310040197

Program Studi
Komunikasi Islam



**PROGRAM DOKTOR (S3)PASCASARJANA
UIN SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfikri
Nim : 94310040197
Tempat/ Tgl. Lahir : Medan, 23 Maret 1983
Pekerjaan : Mahasiswa Pascasarjana UIN SU Medan.
Alamat : Jermal 12 No.63 Medan

menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang berjudul "EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM PENYEBARAN INOVASI PEMBANGUNAN DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA" benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 Juli 2017

Yang membuat pernyataan



MUHAMMAD ALFIKRI

PERSETUJUAN

Disertasi Berjudul:

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM PENYEBARAN
INOVASI PEMBANGUNAN DI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA**

Oleh:
MUHAMMAD ALFIKRI
NIM. 94310040197

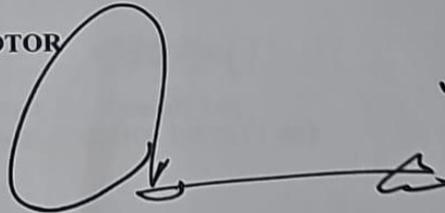
**Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk
memperoleh gelar Doktor pada Program Studi Komunikasi Islam
Pascasarjana Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara-Medan**

Medan, 24 Juli 2017

PROMOTOR



Prof. Dr. Syukur Kholil, MA
NIP. 19640209 198903 1 003



Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS
NIP. 19580810 198601 1 001

PENGESAHAN

Disertasi berjudul "EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM PENYEBARAN INOVASI PEMBANGUNAN DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI SUMATERA UTARA" an. Muhammad Alfikri, NIM. 94310040197 Program Studi Komunikasi Islam telah diujikan dalam Sidang Terbuka Disertasi Program Doktor Pascasarjana UIN-SU Medan pada hari Kamis, 15 Juni 2017. Disertasi ini telah diperbaiki dan dapat diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor (Dr) pada Program Komunikasi Islam (KOMI) UIN SU.

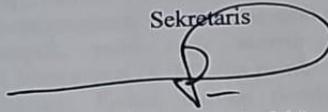
Medan, 24 Juli 2017
Panitia Sidang Ujian Terbuka Disertasi
Pascasarjana UIN SU Medan

Ketua



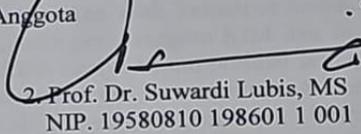
Prof. Dr. Syukur Kholil, MA
NIP. 19640209 198903 1 003

Sekretaris



Dr. H. Achyar Zein, MA
NIP. 19670216 199703 1 001

Anggota

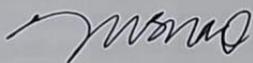


1. Prof. Dr. Syukur Kholil, MA
NIP. 19640209 198903 1 003

2. Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS
NIP. 19580810 198601 1 001



3. Prof. Dr. Lahmuddin Lubis, M.Ed
NIP. 19620411 198902 1 002

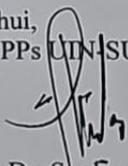


4. Prof. Dr. Yusnadi, MS
NIP. 19610109 198703 1 003



5. Dr. Iskandar Zulkarnain, M.Si
NIP. 19660903 1990031 004

Mengetahui,
Direktur PPs UIN-SU



Prof. Dr. Dr. Syukur Kholil, MA
NIP. 19640209 198903 1 003

ABSTRAK

Muhammad Alfikri. NIM. 94310040197. Efektivitas Komunikasi Kelompok Dalam Penyebaran Inovasi Pembangunan di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk-bentuk komunikasi kelompok, inovasi pembangunan yang disampaikan, efektivitas komunikasi kelompok dan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai informan secara mendalam, kemudian observasi dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara menelaah, mereduksi, mendeskripsikan data dan menyimpulkan.

Hasil penelitian mengungkap, bahwa: *Pertama*, Dinas Komunikasi dan Informatika menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat di Sumatera Utara melalui komunikasi kelompok, yaitu *coffe morning*, temu pers, pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dan pemberdayaan wadah Badan Koordinasi Humas (Bakohumas), *Kedua*, Inovasi pembangunan yang disebarkan kepada masyarakat adalah inovasi pembangunan dalam bidang telematika dan informatika, inovasi pembangunan infra struktur dan inovasi pertanian. *Ketiga*, efektivitas komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika hanya dirasakan oleh kelompok-kelompok yang terlibat pada kegiatan *coffe morning*, temu pers, anggota KIM dan Bakohumas. Sementara bagi masyarakat umum, efektivitasnya belum optimal sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara merancang strategi yang relevan dengan situasi dan kondisi masyarakat Sumatera Utara. Untuk menyebarkan inovasi pembangunan Diskominfo Provsu menggunakan media massa, menyediakan website yang berisi informasi pembangunan dan bisa diakses secara *on line* oleh masyarakat, meningkatkan penyuluhan pembangunan ke masyarakat.

Key word: efektivitas, komunikasi kelompok, inovasi pembangunan

ABSTRACT

Muhammad Alfikri. Student Number: 94310040197. The Effectiveness of Group Communications in Spreading Innovation Development at the Department of Communication and Informatics North Sumatra.

This research aims to study how the forms of group communication performed, what kind of innovation construction is presented, how the effectiveness of group communication and communication strategies done in spreading innovation development accepted by the people of North Sumatra?

This study applies qualitative methodologies with description approach. In additions, that collecting data through in-depth interviews, observation and documentation study. Data analysis is done by studying, reducing, describing data and concluding.

The results of this study are: First, there are some ways done by Department of Communication and Informatics North Sumatra, in spreading innovation development to the society in North Sumatra through the group communication: coffee morning, press conference, empowerment Group Information Society (KIM) and empowerment *Bakohumas*. Second, innovation development disseminated to the public is the development of innovation in the field of telematics and informatics, the innovation infrastructure development and agricultural innovation. Third, the group communications conducted by Department of Communication and Informatics North Sumatra, is effective, because it can increase the awareness of members of the group to support innovation development undertaken. Due to effective group communication is done, then the same activities should also be made to the communications groups in society. Fourth, communication strategy undertaken by Department of Communication and Informatics, North Sumatra; in spreading innovation development is through the group communication, mass media, public relations and the provision of website that can be accessed on line by the community.

مُسْتَخْلَصُ البَحْث

محمد الفكري، رقم القيد 94310040197، فعالية مجموعة الاتصالات لنشر إبتداع التنمية بقسم الاتصالات والمعلوماتية محافظة سومطرة الشمالية

يقوم هذا البحث بكشف فعالية نشر المعلومات عن التنمية بمحافظة سومطرة الشمالية. فالإبداع يعتبر ابتكار الأفكار والتطبيق الجديد يعتبرها فرد أو مجموعة. لأن الإبداع التنموية شيء جديد فيرد البعض أو بعض الشعب على ذلك. ولتجنب عن الرد من قبل الشعب فيقوم قسم الاتصالات والمعلوماتية بالإدارة بنشر إبداعية التنمية بطريقة مكثفة من خلال مجموعة الاتصالات.

ويهدف هذا البحث إلى كيفية مجموعة الاتصالات، الإبداع التنموية المنشورة، فعالية مجموعة الاتصالات، واستراتيجيات الاتصالات التي قام بها قسم الاتصالات والمعلوماتية لنشر إبداع التنمية بمحافظة سومطرة الشمالية. ويستخدم الباحث في هذا البحث بالطريقة النوعية على نهج الوصفي. وللحصول على البيانات فيقوم الباحث بالحوار والمراقبة والدراسة التوثيقية.

أما نتيجة البحث فيلاحظ في النقاط التالية: الأول، يقوم قسم الاتصالات والمعلوماتية بالإدارة بنشر إبداع التنمية من خلال المجموعة، ومثل ذلك : قهوة الصباح، ومعتمر صحفي، تتمكن على مجموعة الاتصالات للشعب، والتمكن على هيئة التنسيق للعلاقة العامة. والثاني، إبداع التنمية التي تنشر هي إبداع التنمية في جانب المعلوماتية وتقنياتها، والمعلومات عن بنية التحتية، والإبداعات في الزراعة. والثالث، مجموعة الاتصالات التي يقوم بها قسم الاتصالات والمعلوماتية تعتبر أداء فعالاً لأنها ترتقي مفاهيم المجموعة لتستند إبداع التنمية. إذا كانت مجموعة الاتصالات أصبحت فعالة فمثل هذا الإبداع يعتبر أمر واجب. الرابع، استراتيجيات الاتصال التي قام به القسم لنشر الإبداع التنموية يقوم بها من خلال مجموعة الاتصالات، وسائل الإعلام، العلاقة العامة، ومواقع الانترنت السهلة للشعب.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas karunia dan segala pertolongan yang telah Allah berikan kepada penulis, sehingga disertasi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam keharibaan Nabi Muhammad saw., sebagai *rahmatan lil'alami* dan menjadi *uswatun hasanah* bagi setiap muslim yang beriman.

Disertasi ini berjudul "*Efektivitas Komunikasi Kelompok Dalam Penyebaran Inovasi Pembangunan di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.*" Diajukan sebagai tugas akhir sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Doktor dalam studi Komunikasi Islam, Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaian disertasi ini. Tanpa mereka, penyelesaian disertasi ini tidak seperti apa yang diharapkan. Untuk itu, penulis merasa penting menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian disertasi ini. Ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Rektor UIN Sumatera Utara Medan, Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag yang telah mencurahkan pemikirannya dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan di UIN Sumatera Utara.
2. Direktur Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan, Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA yang sekaligus juga sebagai sebagai promotor I. Di tengah kesibukannya dalam mengelola manajemen Pascasarjana UIN, beliau tetap meluangkan waktu seluas-luasnya untuk membimbing penulisan disertasi ini. Semoga kontribusi ilmu pengetahuan yang diberikan dapat menambah wawasan penulis, dan semoga Pascasarjana UIN SU semakin maju dalam kepemimpinannya.
3. Ketua program studi Komunikasi Islam Program Pascasarjana UIN SU Medan, Bapak Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, MA. Semoga prodi KOMI Pascasarjana UIN Sumatera Utara dapat memberikan kontribusi besar dalam mewujudkan alumni UIN SU yang lebih berkualitas.

4. Bapak Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS sebagai promotor II yang telah memberikan bimbingan penyempurnaan disertasi ini terutama dalam metodologi. Semoga bermanfaat sebagai penambahan ilmu pengetahuan bagi penulis.
5. Seluruh dosen dan staf yang mengabdikan pada Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara yang namanya tidak tertulis satu persatu dalam karya ini. Semoga pengabdian mereka mendapat balasan yang semulia-mulianya di sisi Allah swt..
6. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara beserta seluruh staf yang telah memberikan waktu bagi peneliti untuk melakukan penelitian di lembaga tersebut. Terimakasih juga disampaikan atas bantuan pengumpulan datanya.
7. Terkhusus penulis sampaikan rasa hormat dan *ta'zim* yang setinggi-tingginya kepada ayahanda Prof. Dr. A. Ya'kub Matondang dan Ibunda tercinta Nurhayati Lubis, S.Ag. Keduanya telah mendidik penulis dengan penuh kasih sayang, sampai penulis dewasa dan mampu menyelesaikan pendidikan ke jenjang Doktor (S3). Demikian juga ucapan terimakasih kepada seluruh keluarga besar saya yang turut memberikan dukungan dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Prodi KOMI PPs UIN Sumatera Utara.

Penulis menyampaikan bahwa disertasi ini tidak lepas dari kesalahan. Sebab itu, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca, sehingga tulisan-tulisan ilmiah di masa yang akan datang dapat lebih sempurna. Akhirnya, segala sesuatunya kita serahkan kembali kepada Allah swt.. Semoga disertasi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan berguna bagi ilmu pengetahuan. Amin ya Robbal 'alamin.

Medan, 24 Juli 2017

Penulis,

MUHAMMAD ALFIKRI

4. Bapak Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS sebagai promotor II yang telah memberikan bimbingan penyempurnaan disertasi ini terutama dalam metodologi. Semoga bermanfaat sebagai penambahan ilmu pengetahuan bagi penulis.
5. Seluruh dosen dan staf yang mengabdikan pada Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara yang namanya tidak tertulis satu persatu dalam karya ini. Semoga pengabdian mereka mendapat balasan yang semulia-mulianya di sisi Allah swt..
6. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara beserta seluruh staf yang telah memberikan waktu bagi peneliti untuk melakukan penelitian di lembaga tersebut. Terimakasih juga disampaikan atas bantuan pengumpulan datanya.
7. Terkhusus penulis sampaikan rasa hormat dan *ta'zim* yang setinggi-tingginya kepada ayahanda Prof. Dr. A. Ya'kub Matondang dan Ibunda tercinta Nurhayati Lubis, S.Ag. Keduanya telah mendidik penulis dengan penuh kasih sayang, sampai penulis dewasa dan mampu menyelesaikan pendidikan ke jenjang Doktor (S3). Demikian juga ucapan terimakasih kepada seluruh keluarga besar saya yang turut memberikan dukungan dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Prodi KOMI PPs UIN Sumatera Utara.

Penulis menyampaikan bahwa disertasi ini tidak lepas dari kesalahan. Sebab itu, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca, sehingga tulisan-tulisan ilmiah di masa yang akan datang dapat lebih sempurna. Akhirnya, segala sesuatunya kita serahkan kembali kepada Allah swt.. Semoga disertasi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan berguna bagi ilmu pengetahuan. Amin ya Robbal 'alamin.

Medan, 24 Juli 2017

Penulis,

MUHAMMAD ALFIKRI

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lagi dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf Latin.

Huruf Araf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	<i>tidak dilambangkan</i>
ب	<i>ba</i>	B	be
ت	<i>ta</i>	T	te
ث	<i>sa</i>	š	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	je
ح	<i>Ha</i>	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	de
ذ	<i>Zal</i>	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	er
ز	<i>Zai</i>	Z	zet
س	<i>Sin</i>	S	es
ش	<i>Syim</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Sad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	<i>Ta</i>	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Za</i>	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'ain</i>	·	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	ge
ف	<i>Fa</i>	F	ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	qi
ك	<i>Kaf</i>	K	ka
ل	<i>Lam</i>	L	el
م	<i>Mim</i>	M	em
ن	<i>Nun</i>	N	en
و	<i>Waw</i>	W	we
هـ	<i>Ha</i>	H	ha
ء	<i>hamzah</i>	·	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau *harkat*, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	<i>fathah</i>	a	a
—	<i>kasrah</i>	i	i
—	<i>dammah</i>	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara *harkat* dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ي —	<i>Fathah dan ya</i>	ai	a dan i
و —	<i>Fathah dan waw</i>	au	a dan u

Contoh:

كتب : *kataba*

فعل : *fa'ala*

نكر : *zukira*

yazhabu : *يذهب*

suila : *سئل*

kaifa : *كيف*

haura : *هول*

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa *harkat* huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

- *Talḥah* : طلحة

e. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydīd*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu. Contohnya:

- *rabbanā* : ربنا
- *nazzala* : نزل
- *al-birr* : البر
- *al-ḥajj* : الحج
- *nu'ima* : نعم

f. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ڤ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan

bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- *ar-rajulu* : الرجل
- *as-sayyidatu* : السيدة
- *asy-syamsu* : الشمس
- *al-qalamu* : القلم
- *al-bad'ū* : البديع
- *al-jalālu* : الجلال

g. *Hamzah*

Dinyatakan di depan bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

contoh:

- *ta'khuzāna* : تاخذون
- *syai'un* : شيع
- *inna* : ان
- *umirtu* : امرت
- *akala* : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *ḥarf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya

dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- *Wa innallāha lahua khairurraziqīn* : وان الله لهو خير الرازقين
- *Fa aūfī al-kaila wa al-mīzāna* : فافوقوا الكيل الميزان:
- *Fa aūful-kaila wal-mīzāna* : فافوقوا الكيل الميزان:
- *Ibrāhīm al-Khalīl* : ابراهيم الخليل:
- *Ibrāhimul-Khalīl* : ابراهيم الخليل :
- *Bismillāhi majrehā wa mursāhā* : بسم الله مجراها ومرسها:
- *Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti* : والله على الناس حج البيت:
- *Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti* : والله على الناس حج البيت :
- *Man istāṭa‘a ilaihi sabīlā* : من استطاع اليه سبيلا:
- *Man istāṭa‘a ilaihi sabīlā* : من استطاع اليه سبيلا :

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- *Wa mā Muḥammadun illā rasūl*
- *Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallazi bi bakkata mubārakan*
- *Syahru Ramaḍān al-lazī unzila fihi al-Qur’anu*

- *Syahru Ramaḍānal-lazī unzila fihil-Qur'anu*
- *Wa laqad ra'āhu bil ufuq al-mubīn*
- *Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn*
- *Alhamdu lillāhi rabbil - 'ālamīn*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan

Contoh:

- *Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb*
- *Lillāhi al-amru jamī'an*
- *Lillāhil-armu jamī'an*
- *Wallāhu bikulli syai'in 'alīm*

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu *tajwid*.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Istilah	9
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORETIS	14
A. Tinjauan Tentang Konsep-Konsep Komunikasi	14
1. Unsur-Unsur Komunikasi	20
2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi	25
3. Proses Komunikasi	28
B. Komunikasi Kelompok	37
1. Proses Pembentukan Kelompok	44
2. Tipe Kelompok	55
3. Dinamika dan Komunikasi Kelompok	57
4. Sifat dan Karakteristik Komunikasi Kelompok	65
5. Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok	70

	6. Fungsi Komunikasi Kelompok	72
	7. Teori Efektivitas Komunikasi Kelompok	75
	C. Komunikasi Kelompok Dalam Perspektif Islam	87
	D. Model Komunikasi Pembangunan	92
	E. Pembangunan Dalam Perspektif Islam	95
	F. Teori Perubahan Sosial (<i>Social Exchange Theory</i>) ...	98
	G. Teori Difusi Inovasi	102
	H. Kajian Terdahulu	107
	I. Kerangka Konsep	109
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	111
	A. Jenis Pendekatan dan Penelitian.....	111
	B. Tempat dan Waktu Penelitian	112
	C. Sumber Data	113
	D. Teknik Pengumpulan Data	113
	E. Teknik Analisis Data	114
	F. Teknik Menjaga Keabsahan Data	115
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	116
	A. Bentuk-Bentuk Komunikasi Kelompok yang Dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara Untuk Penyebaran Inovasi Pembangunan	116
	B. Inovasi Pembangunan yang Disebarkan Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Melalui Komunikasi Kelompok	151
	C. Efektivitas Komunikasi Kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Dalam Penyebaran Inovasi	157
	D. Pembahasan	202
BAB V	PENUTUP	216
	A. Kesimpulan	216
	B. Saran-saran	217

DAFTAR PUSTAKA	218
DAFTAR PANDUAN WAWANCARA	224
LAMPIRAN-LAMPIRAN	227
1. PERSETUJUAN PENGUJI SEMINAR	228
2. PERSETUJUAN JUDUL DISERTASI	229
3. SURAT PENUNJUKAN PEMBIMBING	230
4. LEMBAR BIMBINGAN PROMOTOR	231
5. SURAT PERMOHONAN PENELITIAN	232
6. SURAT KETERANGAN PENELITIAN	233
7. DAFTAR RIWAYAT HIDUP	234

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar/ Tabel	Hal
2.1. Proses Komunikasi	29
2.2. Proses Komunikasi dua tahap	33
2.3. Proses Komunikasi	36
2.4. Proses pembentukan kelompok	50
2.5. Proses dinamika kelompok	59
2.6. Komunikasi efektif	76
2.7. Model komunikasi bintang dan rantai	83
2.8. Kerangka Konsep	110
3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian	112
4.1. Kaitan Kompetensi Komunikasi dengan Efektivitas komunikasi	164
4.2. Proses Komunikasi Wilbur Schramm	173
4.3. Proses komunikasi kelompok antara Diskominfo Provsu dalam kelompok kecil	187
4.4. Model Penyebaran Inovasi Pembangunan	214

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan manusia lain di dalam hidupnya. Selain itu, manusia juga membutuhkan informasi untuk kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan informasi, diperlukan mencarinya dengan jalan berkomunikasi. Informasi bisa diperoleh dengan berbicara kepada orang lain secara langsung ataupun tidak langsung, yaitu dengan menggunakan media. Banyak macam media yang dapat digunakan sebagai sarana dalam menyebarkan informasi, terlebih-lebih dengan semakin berkembangnya kemajuan teknologi informasi, sehingga apa yang terjadi di belahan bumi lain, dalam jangka satu menit dapat diketahui oleh masyarakat di berbagai penjuru dunia.

Komunikasi merupakan hal yang sering dilakukan oleh manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi digunakan untuk berinteraksi antara individu yang satu dengan individu lainnya. Komunikasi dapat dilakukan dimana saja, seperti di rumah, kampus, perusahaan, organisasi dan lain-lain. Proses komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan-pesan. Dalam proses komunikasi, isi pesan dapat berupa informasi, kebutuhan anak informasi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam berbagai kegiatan manusia.

Terjadinya interaksi antara sesama manusia menunjukkan terjadinya proses komunikasi. Melalui komunikasi, manusia bisa mengungkapkan berbagai perasaan maupun keinginannya kepada manusia lainnya. Tidak hanya itu, dengan berkomunikasi manusia dapat bertukar informasi atau menginformasikan suatu pesan kepada seseorang. Adapun pengertian komunikasi menurut Benard Barelson dan Garry A. Stainer sebagaimana dikutip Effendy, yaitu sebagai kegiatan penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan grafik dan lain sebagainya. Kegiatan-kegiatan interaksi atau penyampaian pesan itulah yang biasanya dinamakan komunikasi.¹

Komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri. Komunikasi dianggap sangat penting, sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kemaslahatan umat manusia akibat perkembangan teknologi. Komunikasi juga merupakan salah satu proses sosial yang sangat mendasar, karena setiap manusia dalam kehidupannya selalu berkeinginan untuk mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Menurut David K. Berlo sebagaimana dikutip Cangara, menyebutkan secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial, berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk

¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), h.48

mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat.²

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, demikian juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, maka suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil. Demikian sebaliknya, jika komunikasi yang dibangun tidak baik, maka roda organisasi tidak akan lancar. Sebagaimana dikutip Muhammad dari Katz dan Khan menjelaskan:

Komunikasi organisasi sangat penting. Komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Khan, organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi itu menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis itu kepada lingkungan.³

Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi terjadi dan berlangsung, tetapi kadang-kadang tidak mencapai kepada sasaran tentang apa yang dikomunikasikan. Tidak tercapainya tujuan komunikasi, dimungkinkan adanya komunikasi yang kurang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan. Karena penyampaian pesan yang baik, akan memberikan efek yang baik juga. Dalam mewujudkan pencapaian pesan-pesan yang efektif itu, tentu berbagai cara harus dilakukan. Misalnya dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan, bisa dirumuskan strategi penyampaian pesan dengan menggagas pertemuan-pertemuan langsung, diskusi kelompok dan sebagainya. Di samping itu, bisa juga dengan memanfaatkan media-media komunikasi yang merupakan produk dari perkembangan teknologi komunikasi informasi.

Oleh sebab itu, era globalisasi yang terus mengalami perkembangan, tidak hanya menuntut pola-pola komunikasi yang bersifat konvensional, tetapi sekaligus menuntut pada kemampuan penggunaan teknologi. Dalam kaitan itu juga, masyarakat pada umumnya lebih mudah mengakses informasi dari manapun dan kapanpun, sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh setiap individu. Dengan demikian, di zaman sekarang ini, sulit bagi seseorang untuk hidup menyendiri, karena kebutuhan utama manusia tidak terlepas dari komunikasi dan informasi. Itulah sebabnya, setiap orang dituntut memiliki kompetensi komunikasi dengan baik, karena komunikasi merupakan alat penting dalam menjalin interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari

² Hafid Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), h. 3.

³ Muhammad Armi, Komunikasi Organisasi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), h.

adalah komunikasi kelompok. Sendjaja mengutip dari Burgoon dan Michael Ruffer membatasi komunikasi kelompok, yaitu:

The face to face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of other members accurately. Artinya, sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah, sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.⁴⁴

Berdasarkan definisi di atas, Sendjaja mengidentifikasi terdapat empat elemen yang tercakup dalam dimensi komunikasi kelompok, yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi sifatnya terbatas, maksud dan tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya. Pertama, tatap muka berarti setiap anggota harus dapat melihat dan saling mendengarkan. Kedua, jumlah partisipannya terbatas antara 3 sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika melebihi 20 orang. interaksi yang berlangsung antara satu dengan lainnya kurang memungkinkan. Bahkan antara satu dengan lainnya bisa tidak saling mendengarkan atau saling melihat, jika melebihi 20 orang. Ketiga, maksud dan tujuan yang diinginkan jelas. Misalnya, jika tujuan kelompok untuk berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan dimaksudkan untuk menanamkan pengetahuan. Sedangkan tujuan kelompok pemeliharaan diri, biasanya memusatkan perhatiannya kepada anggota kelompok atau struktur dari kelompok itu sendiri. Keempat, kemampuan anggota untuk menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya secara akurat. Ini mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu sama lainnya, dan hubungan antara anggota kelompok bersifat permanen.⁵⁵

Komunikasi kelompok bertujuan untuk berbagi informasi antara sesama anggota kelompok, sehingga terbentuk karakteristik yang memiliki kesamaan dalam mewujudkan tujuan yang diinginkan secara bersama-sama. Sebagaimana yang diamati, bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara adalah salah satu lembaga yang senantiasa melakukan komunikasi kelompok dalam menyebarkan informasi, bahkan inovasi pembangunan kepada masyarakat di Sumatera Utara.⁶⁶ Di antara bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi

⁴ S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h 91

⁵ *Ibid*, h. 92.

⁶ "Inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak menjadi soul, apakah ide tersebut betul-betul baru atau tidak jika diukur dengan selang waktu

dan Informatika Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi pembangunan adalah coffe morning, temu pers, jumpa publik. Dalam kegiatan coffe morning, jumpa publik dan temu pers, sejumlah elemen seperti tokoh masyarakat, kepala-kepala dinas, pemuka agama, dan juga pers diundang untuk mendengarkan progres (perkembangan) pembangunan di Sumatera Utara. Ketiga kegiatan komunikasi tersebut dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan penyebaran informasi dan inovasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Provinsi.

Pelibatan tokoh-tokoh masyarakat, kepala dinas dan juga pers dalam kegiatan komunikasi tersebut, diharapkan dapat menjadi corong informasi pemerintah dalam penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat Sumatera Utara. Pemerintah harus terus-menerus mendorong, menggerakkan, bahkan terkadang harus membuat suatu kebijaksanaan melalui peraturan-peraturan yang mengharuskan masyarakat terlibat dalam proses pembangunan. Sebagaimana yang dijelaskan Tjokrowinoto, bahwa salah satu karakteristik yang sangat penting dilakukan dalam proses pembangunan, yaitu adanya pelibatan masyarakat. Partisipasi masyarakat yang dimaksud adalah sebuah model pembangunan yang mendasarkan pada paradigma manajemen sumber daya lokal, dengan cara menggali inisiatif, prakarsa dan kreativitas masyarakat setempat. Proses tersebut dapat dilakukan melalui jaringan koalisi dan komunikasi antar pelaku dan organisasi lokal.⁷⁷ Dengan demikian, inovasi pembangunan merupakan bagian integral dari aktivitas pemerintah dalam melaksanakan kegiatan pembangunan. Terutama dalam kaitan ini adalah yang berhubungan dengan proses penyediaan sarana publik.

Selain ketiga kegiatan komunikasi yang telah disebutkan, yaitu coffe morning, jumpa pers dan temu publik, Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara juga melakukan komunikasi kelompok dengan masyarakat di daerah-daerah. Dalam hal ini, instansi tersebut turun ke daerah, bertemu langsung dengan kelompok-kelompok potensial yang ada di masyarakat. Tujuan komunikasi ini adalah untuk mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat agar berpartisipasi aktif membantu percepatan pembangunan di Sumatera Utara. Misalnya, ketika ada masyarakat yang secara kebetulan berdomisili di wilayah pembangunan yang akan dilakukan pemerintah Provinsi, maka Dinas Komunikasi dan informatika melakukan mediasi dengan kelompok-kelompok potensial, termasuk masyarakat bersangkutan untuk mencari win win solution (solusi terbaik), sehingga pembangunan dapat berjalan lancar. Kasus-kasus yang

sejak digunakan atau ditemukan pertama kali. Kebaruan inovasi itu diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menemukannya. Lihat Everett M. Rogers, *Diffision of Inovation* (London: Colier MacMillan Publishers, 1983), h. 26.

⁷ Moeljarto Tjokrowinoto, *Pembangunan: Dilema dan Tantangan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h. 218.

muncul selama ini misalnya, adanya pembuatan jalan baru seperti jalan tol, pelepasan lahan untuk pusat perkantoran, pembangunan pariwisata dan sebagainya.

Dalam pandangan Islam, sebagaimana dijelaskan oleh Machnun Husein bahwa pembangunan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup manusia ke tingkat yang lebih sejahtera di masa yang akan datang.⁸ Dengan demikian, pembangunan merupakan usaha memanusiaikan manusia yang mempunyai makna etik, baik dalam tujuan yang akan dicapai maupun cara pelaksanaannya. Dalam pandangan Islam, manusia merupakan subjek sekaligus objek yang harus dibangun secara totalitas, baik yang bersangkutan dengan pembangunan moral maupun spritualnya. Inilah yang dilakukan Rasulullah saw. yaitu membangun manusia yang berada dalam lembah kehinaan, kenistaan dan kebiadaban kepada kehidupan spritual moral dan fisik material. Alquran memberikan petunjuk bahwa pembangunan merupakan sebuah bagian dari proses perubahan (taghyir) ke arah yang lebih baik. Pembangunan yang diinginkan tentu adalah pembangunan yang tidak bertentangan dengan fitrah kejadian manusia.

Secara realitas dapat diperhatikan bahwa tidak selamanya program, ide atau inovasi pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah mendapat dukungan dari masyarakat.⁹ Hal ini tidak terlepas dari kondisi, karakteristik, serta latar belakang masyarakat yang bersangkutan, sehingga kebutuhan terhadap format komunikasi pembangunan yang tepat menjadi satu tuntutan yang mesti dilakukan. Selama ini di Sumatera Utara misalnya, indikasi penolakan masyarakat lokal di berbagai daerah terhadap inovasi pembangunan yang dilakukan pemerintah terlihat sangat kuat, padahal tujuan pembangunan tersebut adalah untuk kemaslahatan masyarakat di masa yang akan datang.

Tingginya penolakan masyarakat terhadap inovasi pembangunan, merupakan indikasi belum efektifnya kegiatan komunikasi pembangunan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi untuk mendorong partisipasi masyarakat. Atau sebaliknya, model komunikasi pembangunan yang diterapkan belum mempertimbangkan kondisi, karakteristik dan latar belakang masyarakat sasaran yang berbeda-beda. Sebab itu, dalam kajian komunikasi Islam, perlu dipertimbangkan pendekatan yang relevan dengan kondisi masyarakat yang menjadi

⁸ Machnun Husein (Peny). *Etika Pembangunan dalam Pemikiran Islam di Indonesia* Jakarta: CV, Rajawali, 1986), h. 1

⁹ "Menurut Rogers dalam teori difusi inovasi, bahwa tidak selamanya inovasi itu berhasil diterapkan kepada masyarakat. Proses keputusan inovasi yang disebut dengan proses adopsi dalam teori difusi inovasi terjadi dengan melalui 5 tahapan, yaitu tahap kesadaran, tahap menaruh minat, tahap penilaian, tahap percobaan dan tahap penerimaan. Lihar, Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), h. 36-37.

sasaran komunikasi. Misalnya tidak menggunakan kekerasan melainkan komunikasi persuasi dan lemah lembut. Seperti misalnya yang ditegaskan Allah dalam surah Thaha, ayat 43-44.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ 43 اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ

تَخْشَىٰ

Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, sesungguhnya dia melampaui batas, maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.¹⁰

Pada ayat lain dijelaskan agar pesan disampaikan dengan bahasa yang lemah lembut dan menghindari kekasaran, sehingga mampu menggugah hati khalayak. Sebagaimana dijelaskan dalam surah An Nisa ayat 63.

وَأُنَبِّئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ (3) هُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.¹¹

Merujuk kepada asal katanya, baligha berarti sampai atau fasih. Dengan demikian qawlan baligha dapat diartikan juga dengan komunikasi efektif. Qawlan baligha terjadi dalam dua macam, yaitu: pertama, terjadi bila komunikator menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya sesuai kerangka berpikir (frame of reference) dan pengalaman (field of experience). Kedua, qawlan baligha terjadi bila komunikator menyentuh khalayak pada hati dan otaknya sekaligus.

Fenomena tidak efektifnya komunikasi yang dilakukan, membuat Dinas Komunikasi dan Informatika merumuskan langkah-langkah strategis yang lebih relevan dengan kondisi masyarakat. Di antara langkah yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika adalah melalui pendekatan komunikasi kelompok terhadap kelompok-kelompok potensial di daerah. Selain itu, penyebaran inovasi pembangunan juga dilakukan melalui kerjasama dengan bagian kehumasan di dinas-dinas yang ada di Kabupaten/Kota

Pelibatan kehumasan (public relation) di lembaga-lembaga pemerintahan yang ada di Kabupaten/Kota, adalah dalam rangka memudahkan penyebaran inovasi pembangunan. Sebab Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi terbesar yang memiliki 33

¹⁰ QS. Thaha/ 20: 43-44

¹¹ QS. An Nisa/4: 63.

Kabupaten/Kota. Kehumasan sebagaimana dijelaskan Cutlip dan Center, berfungsi untuk mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman dan penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan publik.¹² Dengan demikian, kehumasan memiliki peran strategis dalam penyebaran inovasi pembangunan. Namun demikian, penting juga disadari bahwa untuk mewujudkan optimalnya penyebaran inovasi pembangunan, harus dilakukan dengan mengembangkan goodwill dan memperoleh opini publik yang favorable atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik.

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka untuk lebih mendalami komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi pembangunan, ditetapkan judul penelitian disertasi, yaitu: "Efektivitas komunikasi kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika dalam penyebaran inovasi pembangunan di Provinsi Sumatera Utara".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka secara umum masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana efektivitas komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam penyebaran inovasi pembangunan di Provinsi Sumatera Utara? Secara terperinci, masalah penelitian dirumuskan kepada tiga poin pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimanakah bentuk-bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara untuk penyebaran inovasi pembangunan?
2. Inovasi pembangunan apa saja kah yang disebarkan Dinas Komunikasi dan informatika Provinsi Sumatera Utara melalui komunikasi kelompok?
3. Bagaimanakah efektivitas komunikasi kelompok Dinas Komunikasi dan informatika Provinsi Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi?

C. Batasan Istilah

Disertasi ini menggunakan beberapa istilah yang perlu dibatasi. Tujuan pembatasan istilah tersebut adalah untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman antara pembaca dan penulis dalam memahami arah penelitian ini. Beberapa istilah yang perlu dibatasi, yaitu:

1. Efektivitas komunikasi kelompok

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif (kata sifat). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektif diartikan; (1) ada efeknya, (2) manjur atau mujarab, (3) dapat membawa hasil; berhasil guna. Sementara keefektifan berarti; (1) keadaan berpengaruh, (2) kemandirian atau

¹² Scott M. Cutlip dan Allen H. Center, *Effective Public Relations, Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses* (Jakarta: Indeks, 2004), h. 4

kemujaraban, (3) keberhasilan atau kemangkusan.¹³³ Jika dikaitkan dengan sistem sosial, efektifitas dimaksudkan sebagai tingkat seberapa jauh suatu sistem sosial itu mencapai tujuannya. Efektif secara langsung dihubungkan dengan pencapaian suatu tujuan.¹⁴ Dalam kaitannya dengan komunikasi, maka keefektifan suatu komunikasi berarti tingkat keberhasilan suatu komunikasi melahirkan kebersamaan (commonness), kesepahaman antar sumber (source) dengan penerima (audience-receiver). Sebuah komunikasi akan efektif apabila audience menerima pesan, pengertian, dan lain-lain sama seperti yang dikehendaki oleh penyampai.¹⁵

Komunikasi kelompok adalah salah satu bentuk komunikasi yang lazim dilakukan manusia. Onong Uchjana Effendi mengartikan komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.¹⁶ Pengertian ini sejalan dengan apa yang disampaikan Syukur Kholil, bahwa komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan kelompok, atau antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.¹⁷ Dengan demikian, efektifitas komunikasi kelompok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keberhasilan ataupun kemampuan komunikasi kelompok yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara, seperti kegiatan coffe morning, temu pers, pemberdayaan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) dan pemberdayaan kehumasan dalam menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat.

2. Dinas Komunikasi dan Informatika

Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara yang selanjutnya dalam penelitian disingkat dengan Dinas Kominfo Sumut adalah unsur Pelaksanaan Otonomi Daerah Pemerintah Provinsi, yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Tugasnya adalah melaksanakan urusan pemerintahan/kewenangan Provinsi, dibidang kebijakan teknis aplikasi telematika pendapat umum, hubungan kelembagaan sarana komunikasi, desiminasi, pos, telekomunikasi, data informasi dan bina media massa serta tugas pembantuan. Dinas Kominfo Sumut yang

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), edisi ke-3, h. 284.

¹⁴ Hessel Nogi S. Tangkilisan, Manajemen Publik (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 138.

¹⁵ Tommy Suprpto, Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi (Yogyakarta: Medpress, 2009), h. 5.

¹⁶ Onong Uchjana Effendi, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), h. 75,

¹⁷ Syukur Kholil, Komunikasi Islam (Bandung: Cita Pustaka, 2007), h. 113

dimaksud, yaitu Dinas Kominfo yang beralamat di Jl. H. Muhammad Said No. 27 Medan.

3. Penyebaran inovasi pembangunan

Inovasi tentu sangat terkait dengan pembangunan. Inovasi sebagaimana disebut Rogers bisa berupa gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang.¹⁸ Penyebaran inovasi yang dimaksud dalam disertasi ini adalah penyebaran pesan-pesan ataupun gagasan tentang pembangunan yang akan dilaksanakan, baik itu pembangunan fisik maupun pembangunan psikis yang dilakukan pemerintah provinsi Sumatera Utara. Sedangkan pembangunan adalah proses perubahan sosial dalam masyarakat yang bertujuan untuk memajukan kondisi sosial dan material ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, penyebaran inovasi pembangunan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sosialisasi atau penyebaran yang berisi tentang pesan pembangunan yang dilakukan pemerintah provinsi Sumatera Utara, agar masyarakat dapat berpartisipasi memberikan dukungan bagi kesuksesan pembangunan yang dilaksanakan. Di antara isu inovasi pembangunan adalah pembangunan jalan raya, jalan tol, perkantoran, perbaikan drainase, dan sebagainya.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam penyebaran inovasi pembangunan di Provinsi Sumatera Utara. Secara terperinci tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam.

1. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi pembangunan.
2. hivel pembangunan yang disampaikan Dinas Komunikasi dan informatika Provinsi Sumatera Utara pada komunikasi kelompok.
3. Disklivas komunikasi kelompok Dinas Komunikasi dan informatika Provinsi Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ada dua macam, yaitu kegunaan praktis dan kegunaan teoretis

1. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sekaligus kontribusi konstruktif bagi Dinas Kominfo Sumatera Utara dalam merumuskan langkah-langkah strategis kegiatan penyebaran inovasi pembangunan, sehingga masyarakat di

¹⁸ Rogers, Diffusion, h. 26

Sumatera Utara secara khusus, dan masyarakat Indonesia. Secara umum, mengetahui kebijakan-kebijakan yang ditempuh oleh Pemerintah Sumatera Utara dalam pelaksanaan pembangunan di Sumatera Utara.

2. Secara teoretis, temuan empirik kajian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan yang berkaitan dengan inovasi pembangunan, khususnya dalam kaitan ini adalah penambahan khazanah kajian keilmuan Komunikasi Islam, sekaligus bahan kajian di masa yang akan datang bagi mahasiswa Studi Komunikasi Islam di Pascasarjana UIN SU Medan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan disertasi ini dibagi ke dalam lima bab dan beberapa sub bab yang memiliki keterkaitan antara yang satu dengan lainnya. Sistematika penulisan disertasi ini dapat dilihat sebagai berikut:

Bab 1 pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang kajian teori yang berkaitan dengan teori komunikasi kelompok, model komunikasi pembangunan, komunikasi dalam perspektif Islam, pembangunan dalam perspektif Islam, teori divisi kajian terdahulu dan kerangka konsep.

Bab III metodologi penelitian membahas tentang metode yang ditempuh untuk menganalisis permasalahan yang diteliti. Metodologi penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian dan pendekatannya, rancangan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik menjaga keabsahan data.

Bab IV adalah hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan secara detail tentang poin-poin pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah. Bab ini terdiri dari penjelasan tentang 1) bentuk-bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara untuk penyebaran inovasi pembangunan. 2) inovasi pembangunan yang disampaikan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara pada komunikasi kelompok. 3) efektivitas komunikasi kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam penyebaran inovasi

Bab V kesimpulan penelitian dan saran-saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Konsep-Konsep Komunikasi

Keinginan untuk saling berhubungan satu sama lain merupakan hakekat naluri dan sifat sosial manusia, karena manusia merupakan makhluk sosial yang hidup selalu berkawan dan berkelompok, serta bersosialisasi. Manusia dapat melakukan itu semua dengan menjalin komunikasi dengan orang lain. Komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk dapat berhubungan satu dengan yang lain secara langsung, sehingga dapat dikatakan bahwa keterampilan dalam berkomunikasi merupakan hasil dari pembelajaran manusia. Perbuatan manusia yang dianggap sebagai proses komunikasi menunjukkan kreatifnya manusia. Melalui pergaulan sosial, orang yang dianggap sebagai pelaku proses komunikasi makna yang membuat mereka mampu menciptakan dunia seperti subjektif mereka. Sebab itu, komunikasi dapat dikatakan sebagai bagian dari hakikat kehidupan manusia dalam bermasyarakat dan tidak dapat dipisahkan.

Secara sederhana, komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau sebagai saling tukar menukar pendapat, dapat diartikan sebagai hubungan antara manusia baik individu maupun kelompok.

Komunikasi sebagai peristiwa yang senantiasa bergulir dalam keseharian kehidupan manusia, adalah satu aktivitas rutin manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan bantuan orang lain. Artinya, bahwa sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa menafikan praktik komunikasi. Karena komunikasi adalah bagian yang inheren dalam kehidupan manusia, maka ia akan berkembang terus sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi oleh manusia itu sendiri. Sebab itu, bila ditelusuri berbagai macam literatur terkait, maka kajian komunikasi tidak terbendung, sehingga komunikasi itu sendiri didefinisikan oleh para pakar secara berbeda-beda menurut disiplin kajian keilmuan masing-masing.

Pengertian komunikasi berdasarkan perbedaan penjelasan para pakar, dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum dan pengertian secara

paradigmatik. Secara umum komunikasi dipahami sebagai aktivitas yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi di antara manusia sebagaimana disebutkan Effendy adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (social relations), Hubungan sosial itu menimbulkan munculnya interaksi sosial (social interaction) yang terjadi karena interkomunikasi (intercommunication).¹⁹

Komunikasi dalam pengertian paradigmatik dapat dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologi dan terminologi. Secara etimologi atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communicatio* dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Perkataan *communis* diartikan sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Sebagaimana Effendy mendefinisikan komunikasi dari dua sudut pandang, yaitu secara bahasa (etimologi) dan istilah (terminologi). Secara bahasa (etimologi), kata komunikasi yang disebut dalam bahasa Inggris dengan *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu dari kata *communis*. Artinya sama, *communicatio* atau *comunicare* yang berarti membuat sama makna. Jadi kalau ada dua orang yang terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna terhadap apa yang dibicarakan.²⁰ Secara istilah (terminologi) Effendy mendefinisikan komunikasi sesuai dengan apa yang dikutipnya dari Devito, yaitu:

The act by one or more persons of sending and receiving messages distorted by noise, within a context, with some effect and with some opportunity for feedback (Maksudnya, komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih dalam menyampaikan dan menerima pesan yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan dalam suatu konteks yang menimbulkan efek dan terjadinya umpan balik).²¹³

Menurut Carl I. Hovland sebagaimana dikutip Effendy, komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.²² Sementara menurut Stewart L. Tubbs sebagaimana dikutip Mulyana menjelaskan komunikasi adalah sebagai proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih.²³ Tidak jauh berbeda dengan apa yang dikutip Hafied Cangara dari Cassandra L. Book

¹⁹ Effendy, *Dinamika*, h. 3.

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung PT. Remaja Rondakarya, 1984), h. 9.

²¹ *Ibid* h. 5.

²² Effendy, *Dinamika*, h. 10.

²³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 69.

yang menjelaskan komunikasi berdasarkan pendapat sekelompok sarjana komunikasi yang konsern diri pada studi komunikasi antarmanusia (human communication). Mereka memberikan defenisi komunikasi sebagai suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungan dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.²⁴

Ada juga yang menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Defenisi ini dikemukakan Dance (1967) sebagaimana dikutip Rakhmat, karena Dance meninjau komunikasi dari sudut kajian psikologi. Konkritnya, Dance menyebut komunikasi sebagai usaha untuk menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal, ketika lambang-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli.²⁵

Berbeda lagi dengan Willian F. Gullick yang menyoroti komunikasi dari sudut pandang manajemen, sehingga Gullick sebagaimana dikutip Widjaja mendefenisikan komunikasi dengan membagi komunikasi itu pada dua bagian utama, yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi. Pertama, komunikasi interpersonal, yaitu peroses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia. Kedua, komunikasi organisasi yaitu, di mana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian informasi kepada yang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungan.²⁶

Hafied Cangara mengutip dari Cassandra L. Book menjelaskan bahwa sekelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (human communication), memberikan definisi komunikasi, yaitu: "Suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungan dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu."²⁷

²⁴ Cangara, Pengantar, h. 18

²⁵ Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 3-4.

²⁶ A.W. Widjaja, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 8.

²⁷ Cangara, Pengantar, h. 18.

Dari beberapa defenisi yang dijelaskan di atas, dapat dipahami bahwa hampir semua ahli menyatakan komunikasi sebagai proses terbentuknya suatu kegiatan antara dua orang atau lebih. Melalui komunikasi, seseorang dapat mempengaruhi orang lain, baik secara langsung atau tidak langsung. Mempengaruhi secara langsung, seperti seorang guru mengajar muridnya, sedangkan secara tidak langsung, seperti televisi menyampaikan pesan-pesan kepada pemirsanya. Dengan demikian, komunikasi adalah pemberian makna atas sebuah pesan atau perilaku. Komunikasi akan dapat berhasil apabila timbul saling pengertian antara kedua belah pihak yang berkomunikasi, yaitu antara sumber dan penerima pesan. Hal ini tidak berarti kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut. Tetapi yang penting adalah keduanya sama-sama memahami gagasan-gagasan tersebut. Dalam keadaan ini, barulah komunikasi dikatakan berhasil dengan baik.

Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan merubah sikap, pendapat ataupun tingkah laku orang tersebut secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi sebagai sebuah tindakan telah menjadi alat bagi setiap orang untuk menjalin hubungan membangun interaksi sosial. Oleh sebab itu, Mulyana menjelaskan tiga kerangka yang sering dipahami dari peristiwa komunikasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi,²⁸

Pertama, komunikasi sebagai tindakan satu arah. Pemahaman bahwa komunikasi sebagai tindakan satu arah, menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung pada penyampaian pesan yang berorientasi kepada sumber. Penjelasan ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap tindakan yang disengaja (*intentional act*) untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Ini erat kaitannya dengan penjelasan Everett M. Rogers yang mendefinisikan komunikasi gambaran secara sederhana dengan menggunakan model S-M-C-R, yaitu sumber (*source*), mengirim pesan (*message*), melalui saluran (*channel*), kepada penerima (*receiver*). Ini bermakna, bahwa komunikasi merupakan proses dimana pesan dioperkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah tingkah laku mereka.²⁹ Pemahaman komunikasi berorientasi kepada sumber sebagaimana dikemukakan Rogers misalnya, menekankan *variable-variabel* tertentu seperti isi pesan (*pembicaraan*), cara pesan disampaikan, dan daya bujuknya.

Kedua, komunikasi sebagai interaksi. Konseptualisasi kedua yang sering diterapkan pada

²⁸ Mulyana, Ilma Komukasi h 67-77.

²⁹ Rogers dan Shoemaker, *Communication*, h. 22

komunikasi adalah interaksi. Dalam arti sempit interaksi adalah saling mempengaruhi (mutual influence). Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab akibat, atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau non verbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respons atau umpan balik dari orang kedua, dan demikianlah seterusnya. Masing-masing dari kedua pihak berfungsi secara berbeda, bila yang satu sebagai pengirim, maka yang satunya lagi sebagai penerima, begitu pula sebaliknya. Komunikasi model ini dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu-arah. Tetapi yang jelas, komunikasi dapat tercapai apabila kedua belah pihak yang berkomunikasi telah sama-sama memahami apa yang dibicarakan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila timbul saling pengertian antara kedua belah pihak yang berkomunikasi, yaitu antara sumber dan penerima pesan. Berhasil bukan berarti kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut. Tetapi yang penting adalah keduanya sama-sama memahami gagasan-gagasan yang dibicarakan.

Ketiga, komunikasi sebagai transaksi. Konteks komunikasi ini adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi, Komunikasi sebagai transaksi bersifat intersubjektif, yang dalam bahasa Rosengren disebut komunikasi penuh manusia. Menggunakan pandangan inilan yang disebut komunikasi sebagai transaksi, yang lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui secara langsung. Komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi pada komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi pada komunikasi yang disengaja atau tidak, dan bahkan menghasilkan respon yang tidak dapat diamati.

Istilah transaksi mengisyaratkan bahwa pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam keadaan interdependensi atau timbal balik. Eksistensi satu pihak ditentukan oleh eksistensi pihak lainnya. Pendekatan transaksional menyarankan bahwa semua unsur dalam proses komunikasi atas orang lain bergantung pada persepsi orang lain tersebut terhadapnya, dan bahkan bergantung pula pada persepsinya terhadap lingkungan di sekitarnya. Komunikasi konteks ini bisa juga merupakan proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan. Di dalamnya terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya.

1. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi tentu tidak dapat berdiri dengan sendirinya. Artinya, komunikasi terjadi, karena ada unsur-unsur yang mendukungnya. Berbicara mengenai unsur-unsur komunikasi, lazim dirujuk kepada formula yang diperkenalkan Lasswell yang identik

dengan sebutan formula Lasswell. Sebagaimana dikutip Mulyana, formula Lasswell mengemukakan lima pertanyaan, yaitu who say what in which channel to whom with what effect? (siapa yang mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan pengaruhnya bagaimana?).³⁰ Dengan demikian, formula ini menjelaskan bahwa unsur komunikasi terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Kelima pertanyaan Lasswell, kemudian disebut sebagai unsur atau komponen komunikasi. Secara lebih detail, Wiryanto menjelaskan unsur-unsur tersebut, sebagai berikut:³¹

a. Komunikator

Istilah komunikator berpadanan dengan kata pengirim dalam bahasa Inggris disebut sender, decoder atau sebagai sumber (source), yaitu orang yang menyampaikan pesan. Istilah istilah ini diberi makna sama ketika bertindak sebagai pelaku pengirim informasi. Komunikator bisa atas nama individu ataupun atas nama organisasi atau lembaga. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.

Dalam komunikasi antar manusia, komunikator tidak bisa lepas dari proses komunikasi. Disini peran yang dilakukan adalah sebagai pengirim simbol/lambang/ bahasa/ informasi apapun. Syarat komunikasi efektif bagi seseorang komunikator adalah mempunyai kredibilitas, keterampilan berkomunikasi, personality, (kepribadian), dan kemampuan komunikator memperhitungkan harapan komunikan. Indikator yang paling penting dalam komunikator adalah kredibilitas yaitu menyangkut kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan dan keahlian yang di maksud adalah dari aspek keilmuan dan pengetahuan sesuai dengan apa yang akan disampaikan. Seorang komunikator yang kredibel harus memiliki beberapa ciri yaitu memiliki energi tinggi dan toleransi terhadap tekanan, rasa percaya diri, kendali internal, kestabilan dan kematangan emosional, integritas pribadi, motivasi kekuasaan dan orientasi kepada keberhasilan.³²

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi dapat dilihat dari beberapa ciri, yaitu: 1) dapat berkomunikasi dengan jelas, 2). Memiliki rasa asertiv dan empati, 3). Memiliki Integritas, 4). Memiliki kemampuan mendorong dan memotivasi, 5). Memiliki respek pada orang lain, dan 6). Mampu sebagai pemain tim dan bekerjasama secara efektif. Kepribadian komunikator juga harus diperhitungkan seperti cara bertingkah laku, bersikap, berkomunikasi

³⁰ Mulyana, Ilmu Komunikasi, h. 62.

³¹ Wiryanto, Teori Komunikasi Massa (Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2000), h, 3.

³² Rakhumat, Psikologi, h. 257..

terhadap public/masyarakat. Komunikator juga harus mampu memprediksi harapan khalayak/masyarakat tentang apa yang akan disampaikan.

b. Pesan (message)

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat mempresentasikan objek (benda), gagasan dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, famflet). Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatapan mata, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan patung, tarian, dan sebagainya.

Pesan dalam bahasa Inggris disebut message, content atau information. Pesan bisa disampaikan melalui media dengan menggunakan bahasa, lambang. baik berupa tulisan, gambar, gerak tubuh, lambaian tangan, kerdipan mata dan sebagainya. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi atau melalui media telekomunikasi, isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Adapun sesuatu yang dimaksud dengan pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim/komunikator kepada penerima komunikasi. Syarat komunikasi efektif bagi sebuah pesan adalah menarik, dapat memperoleh kebutuhan individual (personal needs) pada komunikasi, cara memperoleh dapat memuaskan kebutuhan pesan yang disampaikan, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosi, pesan dapat memuaskan kebutuhan harapan yang logis bagi penerima pesan.

Isi pesan dalam strategi komunikasi mengenai sangat menentukan efektivitas komunikasi. Wilbur Schramm sebagaimana dikutip Effendy mengatakan bahwa agar komunikasi yang dilancarkan dapat lebih efektif, maka pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak

bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia gerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

c. Komunikan

Komunikan disebut juga dengan penerima (receiver), yaitu seseorang atau sekelompok orang yang bertindak sebagai subjek yang dituju oleh komunikator. Komunikan sering juga disebut sasaran/ tujuan (destination), komunikate (communicate), penyandi-balik (decoder) atau khalayak (audience), pendengar (listener), penafsiran (interpreter). Dengan kata lain, penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tak mungkin berlangsung. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi komunikan secara tepat.

d. Media

Media disebut juga dengan saluran (channel), yaitu media atau wahana yang digunakan komunikator dan komunikan untuk menyampaikan pesan. Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti surat, telepon, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Selain itu ada juga disebutkan media massa seperti surat kabar, televisi dan radio.

Penggunaan media merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan: melalui tatap-muka atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). Surat pribadi, telepon, lebaran, Overhead Projector (OHP), sistem suara (sound system) multimedia, semua itu dapat dikategorikan sebagai (bagian dari) saluran komunikasi. Pengirim pesan akan memilih saluran-saluran itu, bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai dan jumlah penerima pesan yang dihadapi.

Dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Sedangkan dalam komunikasi massa media adalah alat yang dapat

menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Selama ini kecenderungan dalam penggunaan media adalah alat komunikasi massa. Media yang berkaitan dengan komunikasi massa ini diklasifikasikan oleh Emery, Ault dan Agee sebagai media cetak atau gambar yang membawa pesan-pesan mereka kepada yang diinginkan. Misalnya surat kabar, majalah, buku-buku, pamflet, billboard dan surat kilat. Radio dan Televisi mempunyai fungsi ganda yaitu bisa didengar dan dilihat (audio-visual).³³ Menurut Hafied Cangara bahwa kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan bisa juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian dan pesta rakyat.³⁴

e. Efek atau umpan balik

Efek atau umpan balik adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tinglah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Dari unsur-unsur komunikasi yang telah dijelaskan di atas, terlihat bahwa komunikasi memiliki sifat yang variatif. Ada komunikasi yang sifatnya tatap muka (face to face), bermedia (mediated), verbal, lisan, tulisan, bergambar, gerakan atau isyarat (gesture). Komunikasi tatap muka misalnya, dapat dilakukan antara seorang komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang. Sedangkan komunikasi bermedia, komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan. Komunikator dapat juga menyampaikan pesan secara verbal dan non-verbal. Verbal dapat dibagi dua, yaitu ucapan (oral) dan tulisan (written). Sedangkan non-verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat, seperti melambaikan tangan, mengkerdipkan mata dan sebagainya.

2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan dasar yang senantiasa dilakukan oleh manusia, sehingga

³³ Emery, dkk, *Introduction to Mass Communications* (New York: Dadd Mead & Company, 1970), h. 10.

³⁴ Cangara, *Pengantar*, bh. 25.

manusia tidak dapat terhindar dari komunikasi. Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian berbagai makna melalui perilaku verbal maupun nonverbal. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk nonverbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua pihak yang berkomunikasi punya suatu sistem simbol yang sama. Sebagaimana disebutkan Mulyana, bahwa simbol atau lambang adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lainnya berdasarkan kesepakatan bersama.³⁵

Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan manusia. Kehidupan manusia akan terasa hampa apabila tidak ada komunikasi. Karena tanpa komunikasi, interaksi antar manusia baik secara perorangan, kelompok atau organisasi tidak mungkin dapat terjadi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi yang dilakukan manusia ini (baik perorangan, kelompok, organisasi) dalam ilmu komunikasi disebut sebagai tindakan komunikasi. Komunikasi sebagai tindakan, yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, dengan mengirimkan dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Komunikasi sebagaimana dijelaskan di atas adalah proses pengoperan pesan atau lambang yang bertujuan untuk mencapai kesepahaman antara komunikator dengan komunikan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa komunikasi memiliki fungsi yang sangat luas. Fungsi sebagaimana dijelaskan Cangara ialah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu, sehingga Cangara menegaskan fungsi komunikasi berhubungan dengan bentuk komunikasi yang dilakukan. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk memahami dan mengendalikan diri. Komunikasi antarpribadi berfungsi sebagai usaha meningkatkan hubungan insani (human relations). Komunikasi publik berfungsi menumbuhkan kebersamaan antarkelompok dan komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.³⁶

Mengikuti penjelasan di atas, maka terlihat dengan jelas bahwa komunikasi tidak hanya sebagai pertukaran pesan, akan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar informasi, pesan, maupun ide. Sebab itu, Effendy menjelaskan fungsi komunikasi

³⁵ Dedi Mulyana, *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lowa Budou (Banding Remaja Rosdakarya, 2005)*, h. 3

³⁶ Cangara, *Pengantar*, h. 61-63.

untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.³⁷ Melalui komunikasi antara komunikator dengan komunikan akan terungkap berbagai informasi, baik berupa gagasan maupun ide yang dapat menambah wawasan kedua belah pihak. Fungsi mendidik yaitu sebagai sarana pendidikan yang mengandung pengetahuan. Fungsi menghibur yaitu komunikasi yang dilakukan sifatnya menghibur sehingga dapat menghilangkan ketegangan pikiran. Fungsi mempengaruhi yaitu komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk mempengaruhi sikap, opini maupun perilaku komunikan sehingga tercipta perubahan kearah yang lebih baik.

Dari pendapat Effendy tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi komunikasi: Pertama, maksud menyampaikan informasi adalah menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan dengan cara mengumpulkan, menyimpan dan memprosesnya untuk kemudian disebarkan kepada yang membutuhkan informasi tersebut. Kedua, mendidik dan memajukan kebudayaan sehingga dapat mengembangkan intelektual, keterampilan seseorang, membangun kreatifitas dan sebagainya. Penyebaran informasi tersebut sifatnya memberi pendidikan atau penganjuran suatu pengetahuan, menyebarluaskan kreativitas untuk membuka wawasan dan kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah. Ketiga, mempengaruhi orang lain maksudnya adalah dapat mempengaruhi pandangan orang lain, sehingga orang lain dapat menentukan pilihan dan keinginannya. Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk sumber motivasi, mendorong dan mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang baik dan modernisasi. Keempat, memberikan hiburan kepada orang lain seperti membuat alunan musik, tari-tarian, permainan dan sebagainya.

Berdasarkan fungsi komunikasi yang dikemukakan di atas, dapat dipahami bahwa tujuan komunikasi mengandung dua dimensi, yaitu siapa yang hendak diajak berkomunikasi dan efek yang bagaimana yang diharapkan. Dalam hal siapa yang akan diajak berkomunikasi, maka seorang komunikator harus menyadari siapa sasaran yang akan diajaknya berbicara. Dengan demikian, komunikator akan lebih mudah menyesuaikan pesan dengan tujuan yang diinginkan. Dalam hal efek yang diharapkan, disini mengandung arti mengenai kelanjutan setelah pesan itu diterima oleh sasaran. Seorang komunikator yang melakukan komunikasi, mempunyai keinginan agar apa yang disampaikan dijalkan oleh sa saran. Bersamaan dengan itu, maka harus dipikirkan apa yang dikehendaki oleh sasaran dengan adanya komunikasi tersebut.

Dari fungsi komunikasi yang dijelaskan di atas, baik menginformasikan, mendidik, menghibur dan mempengaruhi, tujuannya adalah untuk merubah sikap orang-orang yang

³⁷ Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 55.

berkomunikasi, merubah opini dan perilakunya. Dengan menyampaikan pesan kepada orang lain, bukan berarti hanya sekedar target agar orang lain memahami dan mengerti tentang satu makna yang dikomunikasikan. Tetapi lebih jauh dari itu, bagaimana pesan itu kemudian mampu memberikan perubahan pada sikap, opini dan perilaku. Misalnya, ketika seorang komunikator menyampaikan tentang bahaya narkoba kepada audiens, maka harapannya bahwa audiens tidak hanya sekedar paham apa itu narkoba, tetapi di samping menjadi tahu bahaya narkoba, mereka juga mampu menjauhinya.

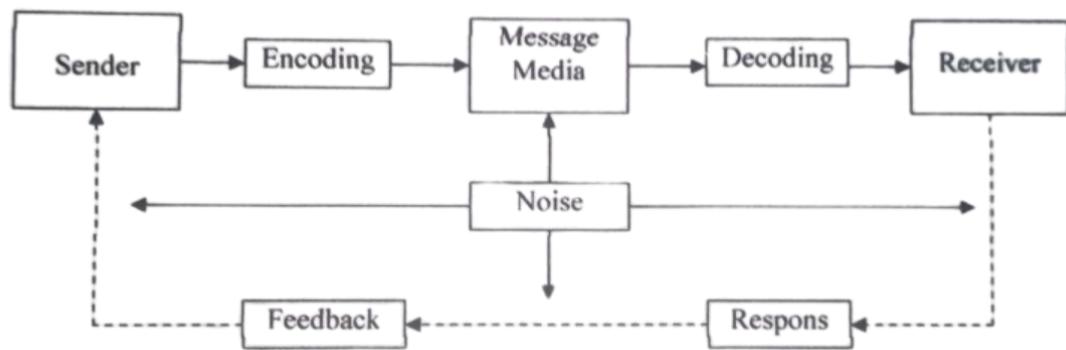
Dengan demikian, jelaslah bahwa komunikasi bukan hanya sekedar pertukaran atau penyampaian informasi. Tetapi komunikasi merupakan penyampaian pesan yang bertujuan untuk mewujudkan kesepahaman terhadap makna pesan yang disampaikan, dan sekaligus menuntut adanya perubahan sikap, pendapat dan perilaku. Tentu ini sangat penting disadari, bahwa seseorang yang terlibat komunikasi akan berubah perilakunya, apabila komunikasi yang dilakukan efektif. Jika komunikasi berlangsung dengan baik dan mampu mencapai tujuan yang baik, maka harmonisasi hubungan antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi juga akan semakin baik. Maka dalam harmonisasi hubungan ini terbentuk dalam komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, maupun komunikasi massa.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah bagian dari aktivitas manusia dalam hubungan sosial. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya. Pergaulan tersebutlah yang mendorong manusia untuk melakukan hubungan dengan sesamanya, baik terhadap individu maupun kelompok lainnya. Hubungan antara individu tersebutlah yang disebut dengan interaksi sosial.³⁸ Dengan kata lain, proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga keduanya sama-sama memahami makna yang sedang dibicarakan oleh komunikan dengan komunikator. Pada prinsipnya, proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif sesuai dengan tujuan komunikasi secara umum.

Dalam proses komunikasi tersebut, kewajiban seorang komunikator adalah mengusahakan agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima komunikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan komunikator. Dengan demikian, proses komunikasi secara umum dapat memberikan gambaran tentang bagaimana mempengaruhi atau mengubah sikap komunikan melalui desain dan implementasi komunikasi. Dalam hal ini, pengirim atau sumber pesan bisa individu atau berupa organisasi sebagaimana dapat dilihat dalam gambar proses komunikasi di bawah ini

³⁸ Bimo Walgito, Psikologi Sosial: Suatu Pengantar (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h. 57.



Gambar 2.1. Proses komunikasi

Berdasarkan pada gambar di atas, terlihat dengan jelas berlangsungnya proses komunikasi, di mana suatu pesan, sebelum dikirim terlebih dahulu disandikan (encoding) ke dalam simbol-simbol yang dapat menggunakan pen yang sesungguhnya ingin disampaikan oleh pengirim. Apapun simbol yang dipergunakan, tujuan utama dari pengirim adalah menyediakan pesan dengan suatu cara yang dapat memaksimalkan kemungkinan dimana penerima dapat menginterpretasikan maksud yang diinginkan pengirim dalam suatu cara yang tepat. Pesan dari komunikator akan dikirimkan kepada penerima melalui suatu saluran atau media tertentu. Pesan yang diterima oleh penerima melalui simbol-simbol, selanjutnya akan ditransformasikan kembali (decoding) menjadi bahasa yang dimengerti sesuai dengan pikiran penerima sehingga menjadi pesan yang diharapkan (perceived message).

Hasil akhir yang diharapkan dari proses komunikasi yakni supaya tindakan atau pun perubahan sikap penerima sesuai dengan keinginan pengirim. Akan tetapi makna suatu pesan dipengaruhi bagaimana penerima merasakan pesan itu sesuai konteksnya. Oleh sebab itu, tindakan atau perubahan sikap selalu didasarkan atas pesan yang dirasakan. Adanya umpan balik menunjukkan bahwa proses komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok dapat berfungsi sebagai pengirim sekaligus penerima dan masing-masing saling berinteraksi. Interaksi ini memungkinkan pengirim dapat memantau seberapa baik pesan-pesan yang dikirimkan dapat diterima atau apakah pesan yang disampaikan telah ditafsirkan secara benar sesuai yang diinginkan.

Dalam kaitan ini sering digunakan konsep kegaduhan (noise) untuk menunjukkan bahwa ada semacam hambatan dalam proses komunikasi yang bisa saja terjadi pada pengirim, saluran, penerima atau umpan balik. Dengan kata lain, semua unsur-unsur atau elemen komunikasi berpotensi terhambat, sehingga tidak terjadi komunikasi efektif. Jadi proses komunikasi adalah hubungan interaksionis atau suatu hubungan yang terjadi secara dinamis di antara orang-orang yang berkomunikasi, yang kadang-kadang berhadapan dengan hambatan-hambatan yang

menyebabkan informasi menjadi tidak efektif. Jika hambatan yang terdapat dalam proses komunikasi kecil, maka efek yang ditimbulkannya hanya kecil dan dapat dihilangkan. Sebaliknya, jika hambatan dalam proses komunikasi besar, maka proses komunikasi dapat terganggu bahkan berpotensi gagal karena hambatan tersebut.

Bila dilihat dari prosesnya, maka komunikasi dapat dibagi kepada dua macam, yaitu proses secara primer dan secara skunder. Pertama, proses komunikasi secara primer, yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran.³⁹ Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

Lambang verbal yang paling banyak dan paling sering digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena bahasalah yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang. Sebagaimana dijelaskan Alex Sobur, bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi dan interaksi.⁴⁰ Bahasa dalam komunikasi lebih dekat dengan kata-kata, baik yang bersifat lisan (verbal), maupun bukan lisan (nonverbal). Bahasa lisan inilah selanjutnya dalam kamus Yunani dikenal dengan *verb*, *verbum*, *verbal*. Karena itu, komunikasi dengan bahasa lisan dalam ilmu komunikasi disebut komunikasi verbal (*verbal of communication*). Sementara bahasa non lisan merupakan bentuk komunikasi bahasa yang dilakukan melalui gerakan isyarat atau *gesture* dan bahasa tubuh atau *body language*. Karena itu, komunikasi bentuk ini selanjutnya lebih dikenal dengan komunikasi nonverbal (*nonverbal of communication*).⁴¹

Secara substansi, bahasa merupakan simbol atau lambang yang digunakan dalam proses komunikasi. Sebagai simbol atau lambang, maka bahasa bersifat arbitrer dan irreversibel.⁴² Pilihan bahasa sangat berkaitan dengan apa yang ingin disimbolkan dengan bahasa itu sendiri.

³⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Adhya Bakti, 1993), h. 98.

⁴⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 203.

⁴¹ Ibrahim, *Problematika Komunikasi Antarbudaya* (Pontianak: STAIN Pontianak Press, 2005), h. 48.

⁴² Arbitrer merupakan ciri bahasa sebagai sesuatu yang bersifat sebarang, manasuka dan beragam sesuai dengan kesepakatan orang yang menggunakannya untuk makna apa yang dikehendakinya, sehingga banyak perkataan atau istilah bahasa yang sama akan tetapi maknanya berbeda. Irreversible merupakan ciri bahasa sebagai sesuatu yang senantiasa memiliki pengaruh tertentu dalam setiap komunikasi. Artinya bahwa setiap bahasa dan perilaku komunikasi senantiasa membawa pengaruh (efek) terhadap orang lain. Oleh karena itu, perlu kehati-hatian dalam berkomunikasi. Lihat, Mulyana, *limu*, h. 112-114.

Pada konteks ini, simbol dan yang disimbolkan merupakan rumusan sepadan yang dibuat konkrit dalam proses komunikasi.

Kemudian lambang nirverbal (non verbal symbol), yaitu lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan, dan jari. Mark L. Klapp sebagaimana dikutip Jalaluddin Rakhmat menyebutkan lima macam fungsi komunikasi non verbal, yaitu:

- a. Repitisi; mengulang kembali gagasan yang sudah dijelaskan secara verbal.
- b. Substitusi; menggantikan lambang-lambang verbal.
- c. Kontrakdisi; menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal.
- d. Komplemen; melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
- e. Aksentuasi; menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya.⁴³

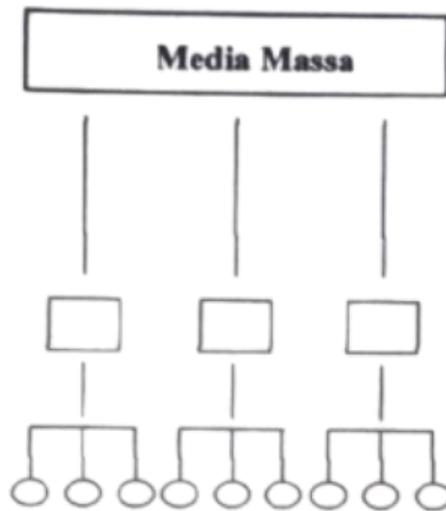
Kedua, proses komunikasi secara skunder adalah proses komunikasi penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua dalam melancarkan komunikasinya. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon; jika banyak dipakailah perangkat penguat suara; apabila jauh dan banyak, dipergunakan surat kabar, radio atau televisi.

Dalam proses komunikasi, media merupakan alat skunder yang diharapkan dapat menyebarkan informasi kepada komunikan. Media memiliki peran yang signifikan dalam menyebarkan informasi kepada komunikator, karena jangkauannya lebih luas dan target komunikatornya lebih heterogen. Sebab itu, dalam mencapai komunikasi yang efisien, banyak komunikator yang menggunakan media sebagai alat utama menyampaikan pesan. Namun demikian, komunikasi tatap muka tidak dapat dipungkiri sebagai komunikasi persuasif yang tetap relevan dalam menyampaikan informasi. Sebab dalam komunikasi tatap muka, respons komunikan diketahui secara langsung, apakah menolak atau menerima pesan yang disampaikan. Dalam arti kata, komunikator mengetahui secara langsung tanggapan balik atau reaksi yang dimunculkan komunikan pada saat yang bersamaan.

Bila diperhatikan, proses komunikasi secara skunder ini umumnya berlaku pada masyarakat yang berada di pedesaan, karena jauh dari jangkauan informasi. Mereka tidak dapat memperoleh secara langsung dari sumber utamanya, sehingga mereka menggunakan media untuk memperoleh informasi tersebut. Model komunikasi seperti ini identik juga dengan sebutan

⁴³ Rakhmad, Psikologi, h. 287.

model komunikasi dua tahap (two step flow model). Hal tersebut terjadi karena: pertama, masyarakat relatif belum memanfaatkan media secara maksimal, dan kedua media massa secara umum baru dimiliki oleh orang-orang tertentu. Arus komunikasi dua tahap (two step flow model) digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2. Proses komunikasi dua tahap

Keterangan:

- = Pemuka pendapat (*opinion leader*).
- = Individu dalam masyarakat (*mass audience*).²⁶

Model arus dua tahap (two step flow model) yang diperkenalkan oleh Lazarsfeld, Berelson dan Gaudet menjelaskan bahwa pesan-pesan yang disampaikan media tidak seluruhnya mencapai mass audience secara langsung melainkan secara bertahap. Tahap pertama dari media massa kepada orang-orang tertentu yang disebut sebagai pemuka pendapat (*opinion leader*) yang bertindak sebagai *gate keepers*. Selanjutnya tahap kedua, informasi disampaikan oleh *opinion leader* kepada mass audience sehingga pesan-pesan media akhirnya sampai kepada seluruh masyarakat. Oleh sebab itu, informasi yang diperoleh masyarakat di daerah pedesaan mengalir dari para pemuka pendapat (*opinion leader*).⁴⁴

Selain proses komunikasi secara primer dan sekunder, proses komunikasi yang juga dikenal adalah proses komunikasi linear dan sirkular. Proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi

⁴⁴ Sendjaja, Teori, h. 190.

linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka maupun dalam situasi komunikasi bermedia. Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui media telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, tanya jawab dalam bentuk percakapan.

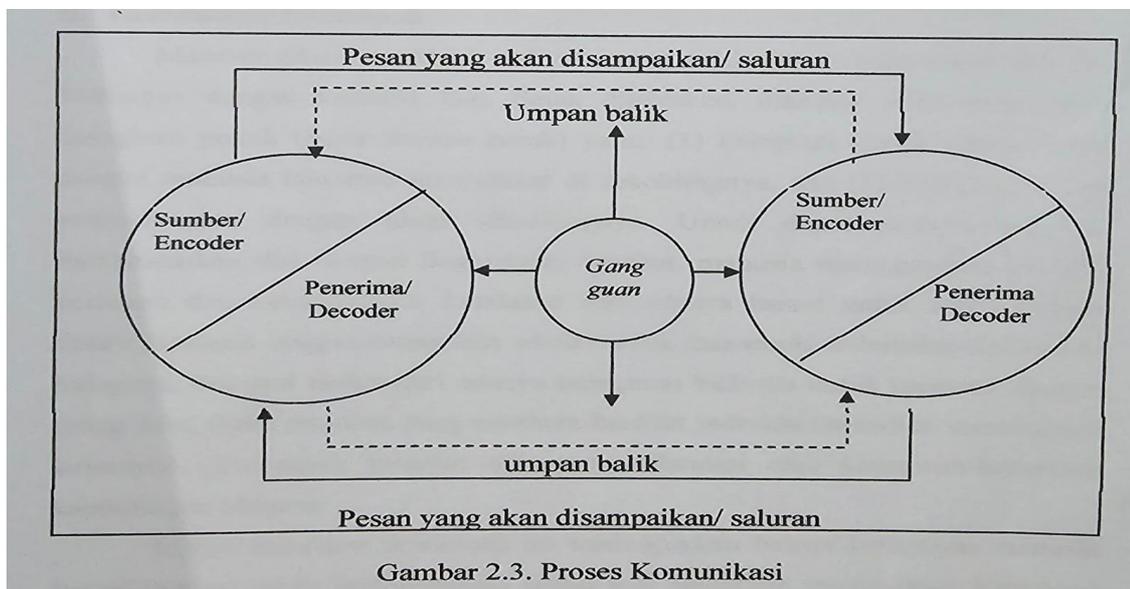
Komunikasi linear mengalir hanya dalam satu arah (*one way communication*). Dalam proses ini, komunikator memberikan stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Komunikasinya bersifat monolog atau disebut juga bahwa pengirim menyampaikan pesan kepada penerima yang bersifat pasif. Istilah linear mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*). Komunikasi tatap muka, baik komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) maupun komunikasi kelompok (*group communication*) meskipun memungkinkan terjadinya dialog, tetapi adakalanya berlangsung linear.

Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia. Dalam teori komunikasi linear dijelaskan bahwa yang ditekankan adalah teknologi seperti radio dan telepon yang menjadi saluran untuk dilalui oleh informasi. Dalam teori ini juga seolah-olah menganggap bahwa pada terjadinya suatu komunikasi manusia hanya berperan sebagai pengirim atau penerima. Sehingga dalam teori ini elemen yang ada pada terjadinya suatu komunikasi hanya berpaku pada sumber (*source*), pesan (*message*), dan penerima (*receiver*). Siklus komunikasi dari teori ini sebagai berikut, sumber informasi membuat sebuah pesan kemudian dirubah menjadi sinyal oleh transmitter agar sesuai dengan saluran yang akan digunakan sebagai media penyalur sinyal dari pemancar kepada penerima informasi.

Proses komunikasi sirkular adalah terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu adakalanya feedback tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respons atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterimanya dari komunikator. Oleh karena itu adakalanya feedback tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respons atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator. Model komunikasi sirkular ini sama halnya dengan model komunikasi interaktif, karena komunikasi interaktif sering menuntut adanya feedback secara langsung. Komunikasi interaktif sebagai sebuah proses dimana pendengar memberikan umpan balik, yang merupakan tanggapan terhadap pesan. Komunikasi interaktif berlangsung dua arah dan ada dialog, di mana setiap partisipan memiliki peran ganda, dalam arti pada satu saat bertindak

sebagai komunikator, pada saat yang lain bertindak sebagai komunikan.

Dalam proses komunikasi, seorang komunikator bertindak sebagai penyampai pesan, dan ada orang yang mendengarkan atau menerima pesan yang disebut dengan istilah komunikan. Dalam kondisi itu, terciptalah suatu stimulus atau respons yang dapat menghasilkan keputusan dan tindakan yang berarti bagi yang membutuhkannya. Istilah lain Devito adalah pertukaran informasi antara sender (pengirim) dan receiver (penerima). Proses tersebut kata Devito, berlangsung secara bertahap mulai dari pengirim pesan kepada penerima informasi melalui satu atau beberapa sarana komunikasi. Proses berlanjut dimana penerima mengirimkan feedback atau umpan balik pada pengirim pesan awal. Dalam proses tersebut terdapat distorsi-distorsi yang mengganggu aliran informasi yang dikenal dengan noise. Proses komunikasi seperti, ini digambarkan oleh Joseph A. Devito, sebagaimana pada bagan di bawah ini.⁴⁵



Gambar 2.3. Proses Komunikasi

B. Komunikasi Kelompok

Manusia adalah makhluk individu yang tidak dapat melepaskan diri dari hubungan dengan manusia lain. Sejak dilahirkan, manusia telah mempunyai keinginan pokok (*basic human needs*) yaitu: (1) keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lain atau masyarakat di sekelilingnya, dan (2) keinginan untuk menjadi satu dengan alam sekelilingnya. Untuk dapat menghadapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan tersebut, manusia menggunakan pikiran, perasaan dan kehendaknya. Landasan dari adanya hasrat untuk selalu berada dalam kesatuan dengan orang lain adalah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Sebagai akibat dari adanya keinginan individu untuk menyatu dengan orang lain, maka manusia yang

⁴⁵ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, terj. Agus Maulana (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011), h. 24.

awalnya bersifat individu kemudian membangun kelompok. Kelompok tersebut ada yang dilandasi oleh kesamaan-kesamaan kepentingan bersama.

Secara mendasar fenomena ini menunjukkan bahwa kehidupan manusia itu cenderung selalu berkelompok; setiap kali seseorang mengadakan hubungan dengan orang lain, pada hakekatnya setiap kali itu pula ia telah membentuk dan memasuki kelompok. Demikianlah kehidupan manusia adalah kehidupan kelompok. Kelompok-kelompok itu pada hakekatnya dibentuk untuk memenuhi atau mencapai tujuan tertentu anggota-anggotanya. Mengingat, bahwa kebutuhan atau kepentingan orang itu banyak sekali, maka mudah dipahami jika orang itu lalu hidup dalam berbagai kelompok yang satu sama lain saling berhubungan dan bahkan ada yang saling tumpang tindih. Jika tiap-tiap kelompok itu hanya membatasi dirinya hanya untuk tujuan-tujuan tertentu saja, maka akan ada kelompok besar yang mencakup semua kelompok kecil yang bersifat khusus.

Kelompok besar tersebutlah yang kemudian disebut sebagai masyarakat, atau dalam istilah umum disebut *society*. Jadi bila dilihat dari unsur kelompok, masyarakat adalah kelompok inklusif yang didalamnya tiap-tiap orang dapat ikut ambil bagian dalam keseluruhan kehidupan bersama; bukan suatu organisasi atau kelompok yang hanya terbatas untuk tujuan-tujuan tertentu saja. Dalam arti ini masyarakat Indonesia itu terdiri dari sekian ratus juta individu yang diikat bersama-sama dalam suatu kompleks jaringan relasi-relasi, dan terdiri dari sekian juta keluarga, selanjutnya terdiri dari sekian kehidupan-kehidupan bersama seperti desa dan kota, dan terdiri dari berbagai-bagai kelompok agama, dan sekte- sekte, partai-partai politik, ras, sukubangsa, kelas-kelas sosial, kelas-kelas ekonomi, dan lain-lain persekutuan yang tidak terbatas macamnya. Dalam masyarakat yang manapun, kelompok-kelompok yang lebih kecil terdapat didalam kelompok-kelompok yang lebih besar, dan individu-individu dapat menjadi anggota berbagai kelompok sekaligus.

Dengan demikian, masyarakat dapat dianalisa sebagai kelompok yang membentuk relasi antara satu sama lain. Oleh karena itu memahami suatu kelompok adalah suatu hal yang penting. Sosiologi mengenal beberapa pendekatan dalam kajian tentang kelompok ini, semua penggolongan kelompok itu didasarkan pada sudut pandang tertentu yang seolah-olah membaginya menurut ciri-ciri yang ditimbulkan dalam setiap kelompok.

Secara sederhana, kelompok dipahami sebagai kumpulan dari unit sosial dari sejumlah individu yang mempunyai hubungan saling ketergantungan satu sama lain sesuai dengan status dan perannya dan mereka membuat satu norma yang mengatur tingkah laku anggota kelompoknya. Sebagai kelompok orang-orang yang berbeda, maka ikatan berupa

norma sangat penting untuk mengatur kelangsungan kelompok yang telah dibentuk.

Secara sederhana dipahami, bahwa kelompok adalah suatu sistem yang terdiri dari sejumlah orang yang berinteraksi satu sama lain dan terlibat dalam satu kegiatan bersama. Kelompok juga dipahami sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok adalah sejumlah orang yang mengadakan hubungan tatap muka secara berkala karena mempunyai tujuan dan sikap bersama; hubungan-hubungan yang diatur oleh norma-norma, tindakan-tindakan yang dilakukan disesuaikan dengan kedudukan (status) dan peranan (role) masing-masing dan antara orang-orang yang memiliki rasa ketergantungan satu sama lain.

Menurut Deddy Mulyana, kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.¹ Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Menurut Baron dan Byrne, syarat kelompok yaitu:

1. Interaksi, anggota-anggota seharusnya berinteraksi satu sama lain.
2. Interdependen, apa yang terjadi pada seorang anggota akan mempengaruhi perilaku anggota yang lain.
3. Stabil, hubungan paling tidak ada lamanya waktu yang berarti (bisa minggu, bulan dan tahun).
4. Tujuan yang dibagi, beberapa tujuan bersifat umum bagi semua anggota.
5. Struktur, fungsi tiap anggota harus memiliki beberapa macam struktur sehingga mereka memiliki set peran.

¹ Mulyana, Ilmu Komunikasi, h. 42

1. Persepsi, anggota harus merasakan diri mereka sebagai bagian dari kelompok.²

Bila dipahami dari penjelasan Baron dan Byrne, maka kelompok adalah kumpulan orang yang memiliki kesadaran untuk membentuk satu ikatan yang utuh, dimana sesama anggotanya dapat saling berinteraksi. Kelompok diciptakan oleh anggota masyarakat dan di dalamnya setiap anggota dapat saling mempengaruhi perilaku. Sebagaimana dijelaskan Soerjono Soekanto, bahwa kelompok atau group adalah himpunan atau kesatuan manusia yang hidup bersama, karena adanya hubungan di antara mereka. Hubungan tersebut antara lain menyangkut hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong.³

Secara umum kelompok memiliki aspek sosial dan karakteristik psikologis yang melihat dirinya sebagai satu bagian kumpulan individu. Dalam kelompok, anggota saling berinteraksi satu sama lain dan anggota kelompok mempengaruhi satu sama lain melalui interaksi sosial guna mencapai suatu tujuan dan memandang satu sama lainnya sebagai kita. Dengan demikian, orang yang berkumpul dalam satu kerumunan, misalnya di dalam bus, penumpang pesawat, ataupun orang-orang yang berkerumun di pusat-pusat perbelanjaan, tidak dinamakan kelompok

Dengan demikian, dari penjelasan di atas dapat disimpulkan beberapa ciri kelompok yaitu: 1) terdapat dorongan atau motivasi yang sama antar individu satu dengan yang lain. 2) terdapat interaksi di dalamnya, dan interaksi individu yang berlainan antara yang satu dengan yang lainnya dilakukan berdasarkan rasa dan kecakapan yang berbeda-beda. 3) di dalamnya ada penegasan dan pembentukan struktur atau organisasi kelompok yang jelas dan terdiri dari peranan-peranan dan kedudukan masing-masing. 4) ada norma atau pedoman

² Robert A. Baron dan Don Byrne, Psikologi Sosial (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), h. 98

³ Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 104

tingkah laku yang mengatur terjadinya interaksi antara sesama anggota. 5) semua anggota kelompok memiliki motivasi yang sama untuk mewujudkan tujuan yang telah dirancang oleh kelompok itu sendiri. 6) Dapat dipastikan jika anggota kelompok sama-sama memiliki kepentingan yang sama, dan untuk mewujudkan kepentingan tersebut, anggota kelompok bergerak secara dinamik. Artinya, setiap anggota kelompok menyadari bahwa kehadiran mereka dalam kelompok tersebut karena merasa memiliki nasib yang sama, kepentingan yang sama, tujuan yang sama, dan semua itu hanya bisa dicapai dengan pergerakan yang dinamik.

Menurut Taylor, tipe kelompok di bagi menjadi lima, yaitu pertama, kategori sosial, merupakan pengelompokan sosial berdasarkan atribut yang sama, seperti suku, jenis kelamin, negara. Kedua, *audiens*, merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan atau minat yang sama, seperti *audiens* pada acara seminar atau *talkshow*. Ketiga, kerumunan, kumpulan yang terdiri dari beberapa orang tapi tidak memiliki interaksi sosial satu dengan yang lain, seperti kerumunan yang terjadi akibat adanya kecelakaan lalu lintas. Keempat, Tim, merupakan kumpulan individu yang saling berinteraksi secara regular untuk mencapai suatu tujuan, misalkan tim olahraga (sepakbola, bola basket), kelima, keluarga, kumpulan individu yang disebabkan adanya pertalian darah antar anggota. Keenam organisasi formal, merupakan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan, misalkan organisasi sosial (Muhamadiyah, NU dan lain-lain) dan organisasi politik seperti GOLKAR, PPP, PDI-P dan lain- lain.⁴

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa kelompok adalah sekumpulan orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, tidak setiap himpunan orang disebut kelompok. Orang-orang yang berkumpul di terminal bus, yang antri di depan loket bioskop, yang berbelanja di pasar, tidak disebut kelompok melainkan disebut agregat. Supaya agregat

⁴ S.E. Taylor, dkk, Psikologi Sosial (Jakarta: Prenada Group, 2009), h. 69.

menjadi kelompok diperlukan kesadaran pada anggota-anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi di anggota-anggotanya. Jadi kelompok mempunyai dua tanda psikologi. Pertama anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok, ada sense of belonging yang tidak dimiliki orang bukan anggota. Kedua, nasib anggota-anggota kelompok saling bergantung sehingga hasil setiap orang terkait cara tertentu dengan hasil yang lain.

Sebagaimana dijelaskan Alvin Goldberg, pembentukan kelompok diawali dengan adanya perasaan atau persepsi yang sama dalam memenuhi kebutuhan, setelah itu akan timbul motivasi untuk memenuhinya. Timbulnya motivasi yang sama, sehingga ditentukanlah tujuan yang sama dan akhirnya interaksi yang terjadi akan membentuk sebuah kelompok.⁵ Para sosiolog membagi bentuk-bentuk kelompok kepada tiga bagian:

a. Kelompok primer dan sekunder

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama, sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal dan tidak menyentuh hati kita. Jalaluddin Rakhmat sebagaimana dikutip Fajar, membedakan kelompok berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut: Pertama, kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Artinya, komunikasinya menembus kepribadian yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang diperlihatkan dalan massana privat). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rintangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas, Kedua, komunikasi pada

⁵ Gerald M Goldhaber dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok; Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*, terj. Koedarini Soemiati dan Gary R. Jusuf (Jakarta: UI Press, 1985), h. 19.

kelompok primer bersifat personal, sedangkan sifat sekunder bersifat nonpersonal. Ketiga, komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder menganggap isi tidak penting. Keempat, komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder bersifat instrumental. Kelima, komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan sekunder bersifat formal.⁶

b. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan

Theodore Newcomb pada tahun 1930-an melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggota secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standar) untuk membentuk diri sendiri atau menentukan sikap. Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Adapun kelompok rujukan itu, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi.

c. Kelompok deskriptif dan kelompok perspektif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua, yaitu deskriptif dan perspektif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga, yaitu: Pertama, kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kedua, kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan

⁶ Marhaeni Fajar, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2009), h. 68.

Ketiga, kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru, kelompok revolusioner radikal: (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok perspektif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok perspektif, yaitu diskusi meja bundar, symposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer. Berikut uraian format diskusi kelompok atas susunan tempat duduk, urutan siapa yang bicara dan kapan, dan aturan waktu yang diizinkan untuk berbicara sebagai berikut:

- a. Diskusi meja bundar: susunan tempat duduk yang bundar menyebabkan arus komunikasi yang bebas di antara anggota-anggota kelompok, memungkinkan individu berbicara kapan saja tanpa ada agenda yang tetap, waktu yang tidak terbatas dan kesempatan yang sama untuk berpartisipasi.
- b. Simposium: serangkaian pidato pendek yang menyajikan berbagai aspek dari sebuah topik atau posisi yang pro dan kontra terhadap masalah yang kontroversial, dalam format diskusi yang sudah dirancang sebelumnya. Khalayak diatur dalam jejeran kursi didepan mimbar, setiap pembicara diberi waktu yang sama dan hanya boleh berbicara ketika dibuka forum.
- c. Diskusi panel: format khusus yang anggota-anggota kelompoknya berinteraksi, baik berhadapan-hadapan maupun melalui sang mediator, di antara mereka sendiri dan dengan hadirin tentang masalah yang kontroversial. Susunan tempat duduk menghadap diskusi panel meletakkan peserta diskusi pada meja segi empat yang menghadap khalayak. Suasana diskusi bersifat formal dan non informal.

d. Forum: waktu Tanya jawab yang terjadi setelah diskusi terbuka, misalnya symposium. Jadi khalayak mempunyai kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan tanggapan.

e. Kolokium: sejenis format diskusi yang memberikan kesempatan pada wakil-wakil khalayak untuk mengajukan pertanyaan yang sudah dipersiapkan kepada seorang (atau beberapa orang) ahli, agak bersifat formal, dan diskusi diatur secara ketat oleh seorang moderator.

f. Prosedur parlementer: format diskusi yang secara ketat mengatur peserta diskusi besar pada periode waktu tertentu ketika jumlah keputusan harus dibuat. Para peserta harus mengikuti peraturan tata tertib yang telah ditetapkan secara eksplisit.

1. Proses Pembentukan Kelompok

Pembentukan kelompok merupakan salah satu langkah awal terjadinya interaksi antar individu satu dengan yang lain, karena dengan terjadinya proses pembentukan kelompok akan terpenuhi kebutuhan dalam kelompok. Pembentukan sebuah kelompok dapat diawali dengan adanya persepsi, perasaan atau motivasi, dan tujuan yang sama dalam memenuhi kebutuhannya. Proses pembentukan kelompok disertai alasan dan tujuan pembentukan kelompok itu sendiri. Proses pembentukan kelompok adalah suatu keadaan yang dialami oleh seseorang dengan alasan untuk mengelompokkan dirinya dengan orang lain untuk mencapai satu tujuan bersama, karena tujuan itu tidak dapat dicapai sendiri tanpa bantuan orang lain atau kelompok. Sebagaimana dijelaskan Walgito, terbentuknya kelompok diawali dari proses adanya motivasi pada diri manusia untuk mengadakan hubungan dengan manusia lain, sehingga mereka membentuk kelompok dalam kehidupan masyarakat.⁷

Merujuk kepada pendapat Walgito, dapat dipahami bahwa pembentukan kelompok tidak terlepas dari kuatnya ikatan emosional di antara individu yang ingin saling berinteraksi. Artinya, proses pembentukan kelompok di dasarkan pada: *Pertama*, kondisi psikologis. Pada dasarnya semua manusia bersifat sosial, dalam arti bahwa tidak seorang pun di dunia ini yang ingin hidup menyendiri terpisah dari orang lain. Mereka mengelompokkan dirinya dalam berbagai kelompok manusia bersifat sosial mengandung pengertian pula bahwa pertumbuhan dan perkembangan manusia baru mungkin terjadi dalam hubungan sosial. Tiap-tiap individu mempunyai hubungan timbal balik dan saling mempengaruhi antara individu dan kelompoknya dan sebaliknya. Pengaruh timbal balik itu mengandung nilai meninggikan atau

meningkatkan baik dalam arti konstruktif maupun deskruktif. Pengaruh konstruktif terjadi bila dapat meningkatkan anggota kelompok. Sedangkan pengaruh deskruktif terjadi bila hambatan atau pengrusakan hubungan sosial yang ada.

Kedua, dasar pedagogis. Setiap kelompok seharunyaiah mengandung nilai pedagogis dalam arti bahwa dengan terbentuknya kelompok dapat ditingkatkan taraf perkembangan kepribadian seseorang. Dengan adanya hubungan timbal balik dalam kelompok maka prestasi individu dapat di tingkatkan. Dalam mengarahkan keberhasilan kelompok untuk mencapai tujuan dibutuhkan pribadi yang bertanggung jawab, yang dalam hal ini disebut pemimpin yang dengan sadar melihat arah perkembangan yang terjadi. Dengan ini disimpulkan pula arah bahwa dalam kelompok akan mudah ditemukan alat pendidikan yang digunakan untuk mengembangkan anggota sebagai pribadi atau sebagai anggota masyarakat.

⁷ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum (Yogyakarta: Andi Offset 2003), h. 87.

Ketiga, dasar didaktis, karena kelompok juga memiliki nilai didaktis, yang digunakan sebagai alat untuk menjadi perantara, penyampaian materi yang baru kepada anggota, dan melalui kerja kelompok anggota dapat menguasai suatu materi dengan jalan diskusi, soal jawab secara singkat, melengkapi dan sebagainya. Dalam sebuah kelompok terdapat norma-norma tingkah laku yang khas antara anggota kelompok yang mana diharapkan dari semua anggota kelompok dalam keadaan yang berhubungan dengan kehidupan dan tujuan interaksi kelompok. Norma kelompok memberi pedoman mengenai tingkah laku mana dan sampai batas mana masih dapat diterima oleh kelompok dan tingkah laku anggota yang mana tidak diperbolehkan lagi oleh kelompok.⁸

Hogg menyebutkan ada enam alasan yang menyebabkan individu bergabung dengan kelompok, yaitu:

- a. Mencapai tujuan. Kelompok merupakan sekumpulan orang yang saling berinteraksi untuk mencapai satu tujuan. Banyak kita lihat orang yang bergabung dengan kelompok berniat untuk mencapai tujuan baik secara pribadi maupun kelompok. Dengan bergabung dalam kelompok, individu dapat dengan mudah mencapai tujuan karena dilakukan secara bersama-sama.
- b. Keamanan. Bergabung dengan kelompok dapat menimbulkan rasa aman. Bahkan sebagian orang menjadikan kelompok sebagai pelindung dalam menjalankan aktifitas, seperti pekerjaan.
- c. Kebutuhan sosial (psikologis). Kelompok dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan psikologis seperti kebutuhan berkuasa, memiliki, dukungan sosial, berafiliasi dan berprestasi.
- d. Identitas diri (harga diri dan konsep diri). Kelompok dapat meningkatkan harga diri dan konsep diri. Dalam perspektif teori identitas sosial dan socimoeter model, kelompok membantu individu untuk meningkatkan

⁸ Abu Ahmadi, Psikologi Sosial (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 106-108.

harga diri individu. Misalnya siswa merasa bangga dan harga diri mningkat ketika bergabung dengan organisasi OSIS.

e. Mengembangkan hoby, minat dan bakat. Sebagian individu bergabung dengan suatu kelompok untuk mengembangkan hoby, minat dan bakat. Banyak kelompok terbentuk berdasarkan hobby, minat, dan bakat yang sama, misalkan kelompok olahraga, musik dan sebagainya.

f. Mengurangi ketidakpastian. Menurut pendekatan uncertainty-identity theory, individu pada dasarnya mempunyai kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian tentang dirinya, atribusinya dan tempatnya.⁹

Tidak jauh berbeda dengan Hoog, Forsyth sebagaimana dikutip Mirra, menyebutkan beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk masuk ke dalam kelompok, yaitu:

a. Kelompok sebagai sumber untuk merasa berarti. Kebutuhan untuk merasa berarti, merupakan faktor pertama alasan seseorang masuk ke dalam kelompok. Penghargaan dari orang lain (*esteem*) harus terpenuhi sebelum kita meraih tujuan pokok, yaitu *self actualization*. Tentu saja kebutuhan ini terpenuhi oleh keterlibatan kita dengan orang lain.

b. Kelompok sebagai sumber identitas. Kelompok tempat bergabung merupakan bagian penting untuk memberitahukan siapa seseorang itu dan bagaimana orang lain mendefenisikannya.

c. Kelompok merupakan sumber informasi. Kelompok juga menyediakan informasi tentang dunia, dan tentang siapa sebenarnya individu tersebut.

d. Kelompok membantu kita menyelesaikan tugas. Individu yang bergabung dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan, serta informasi mereka. Individu juga membutuhkan kelompok untuk menyelesaikan

⁹ M. A. Hogg dan G. M. Vaughan, *Social Psychology* (London: Pearson Education, 2002), h. 183.

permasalahan, serta kelompok juga merupakan agen dalam meningkatkan produktivitas.

e. Kelompok merupakan agen perubahan. Kelompok mampu menolong individu untuk berubah melalui instilling hope (jika orang lain dapat berubah, maka saya pun demikian).

f. Kelompok membantu untuk bertahan. Manusia terbentuk dan hidup dalam kelompok. Beberapa teori mengatakan bahwa hidup dalam kelompok meningkatkan kesempatan manusia untuk bertahan.¹⁰

Dengan melihat banyaknya manfaat yang diperoleh dari kelompok, maka tidak heran jika keinginan berkelompok tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Termasuk yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informasi Sumatera Utara (Kominfo), membentuk kelompok dalam rangka melakukan berbagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat. Karena sosialisasi kelompok adalah jalinan hubungan yang dinamis antara kelompok dan anggotanya yang menggambarkan perjalanan anggota melalui sebuah kelompok melalui komitmen dan perubahan peran di sepanjang rentang kehidupan kelompok. Sosialisasi sebagaimana dikutip Sarwono dari Myers, terjadi saat individu belajar untuk berkontribusi secara keahlian dan secara kompeten dalam kelompok. Budaya kelompok berubah ketika seorang anggota bergabung ke dalam kelompok karena mungkin dipengaruhi oleh anggota lain untuk mengadopsi cara baru dalam berkomunikasi dan berfungsi sebagai sebuah kelompok.¹¹

Dengan demikian, kelompok terbentuk karena adanya komunikasi. Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk

¹⁰ Mirra, dkk, Psikologi Sosial (Pekanbaru: Mujahadah Press, 2013), h. 20-35.

¹¹ Sarlito Wirawan Sarwono, Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 35.

dari hasil integrasi sosial dengan sesama dalam kelompok dan masyarakat. Di antara kedua belah pihak harus ada two-way-communications atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok. Kerja sama tersebut terdiri dari berbagai maksud yang meliputi hubungan sosial. Hubungan yang terjadi merupakan suatu proses adanya suatu keinginan masing-masing individu, untuk memperoleh suatu hasil yang nyata dan dapat memberikan manfaat untuk kehidupan yang berkelanjutan.

Terjadinya kelompok karena individu berkomunikasi dengan yang lain, dan antara individu-individu tersebut sama-sama memiliki motif dan tujuan yang sama. Dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam suatu hubungan fungsional akan membentuk suatu kelompok. Kelompok yang terbentuk cenderung memiliki ciri-ciri tertentu dan mereka mengembangkan suatu struktur yang mengatur hubungan dan kedudukan masing-masing anggota di dalam kelompok.

Keinginan orang untuk bergabung atau berkelompok, tinggal bersama, dapat diterangkan dengan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) yang diperkenalkan oleh Thibaut dan Kelly (1959). Thibaut dan Kelley menyebutkan bahwa alasan kelompok tergantung pada keikutsertaan dan kepuasan individu dan mengisi kelompok. Penerimaan sosial adalah modal utama untuk membangun satu kelompok. Dalam kontak sosial, penerimaan sosial sangat berpengaruh terhadap pembentukan kelompok, karena lewat penerimaan sosial tersebut akan diketahui apakah individu di terima oleh anggota yang lain atau tidak.¹²

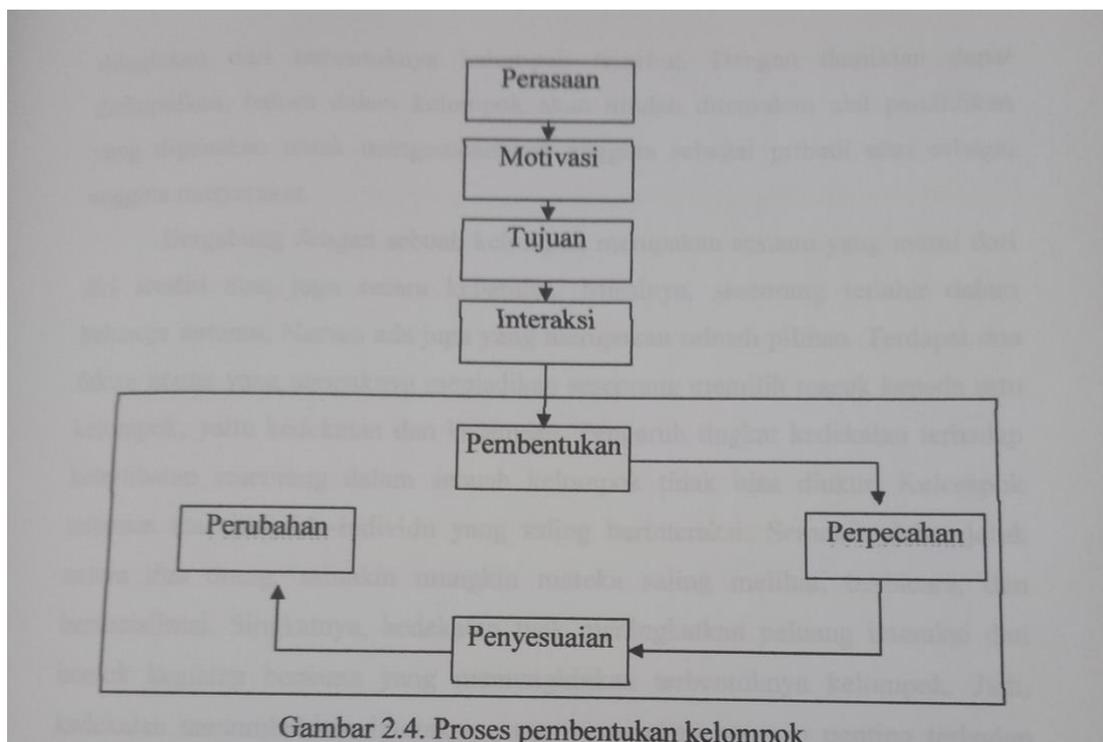
Berdasarkan pandangan Thibaut dan Kelly, dapat dipahami bahwa pada dasarnya semua manusia bersifat sosial, dalam arti bahwa tidak seorangpun di dunia ini yang ingin hidup menyendiri. Setiap orang ingin masuk dalam berbagai

¹² Ahmadi, *Psikologi*, h. 95

kelompok, karena manusia bersifat sosial. Sifat sosial tersebut mengandung pengertian bahwa perkembangan manusia akan terjadi dalam hubungan sosial.

Dalam hubungan sosial akan terjadi interaksi sosial. Tiap-tiap individu mempunyai hubungan timbal balik dan saling mempengaruhi antara individu dan kelompoknya, demikian juga sebaliknya. Pengaruh timbal balik itu mengandung nilai konstruktif maupun destruktif. Bernilai konstruktif bila hubungan di antara individu dalam kelompok dapat meningkatkan kerjasama yang baik. Sedangkan nilai destruktif terjadi bila hubungan sosial yang telah dijalin tidak dapat memberikan keuntungan bagi individu atau malah merugikan anggota kelompok itu sendiri. Tetapi yang jelas, secara psikologis orang yang masuk ke dalam satu kelompok, tujuannya adalah untuk melakukan pengembangan kepribadian.

Kerjasama dalam kelompok merupakan ciri khas manusia sebagai makhluk sosial. Situasi kebersamaan didefinisikan sebagai suatu situasi berkumpulnya sekumpulan individu secara bersama-sama. Situasi kebersamaan menimbulkan kelompok kebersamaan, yaitu suatu kelompok individu yang berkumpul pada suatu ruang dan waktu yang sama, tumbuh dan mengarahkan tingkah laku secara spontan. Kebersamaan tersebut kemudian sering kali menjadi cikal bakal penguatan identitas sosial. Seseorang memiliki kelekatan emosional terhadap kelompok sosialnya. Kelekatan itu sendiri muncul setelah menyadari keberadaannya sebagai anggota suatu kelompok tertentu. Orang memakai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan diri dan harga diri. Semakin positif kelompok dinilai maka semakin kuat identitas kelompok yang dimiliki dan akan memperkuat harga diri. Sebaliknya jika kelompok yang dimiliki dinilai memiliki prestise yang rendah maka hal itu juga akan menimbulkan identifikasi yang rendah terhadap kelompok. Apabila terjadi sesuatu yang mengancam harga diri maka kelekatan terhadap kelompok akan meningkat dan perasaan tidak suka terhadap kelompok lain juga meningkat. Proses pembentukan kelompok dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Proses pembentukan kelompok dimulai dari adanya perasaan/persepsi yang sama untuk memenuhi kebutuhan, dari perasaan ini akan muncul motivasi dalam memenuhi kebutuhan kemudian menentukan tujuan yang sama dan akhirnya terjadi interaksi sehingga terwujudlah sebuah kelompok. Pada tahap awal pemebentukan kelompok ini akan ditentukan kedudukan masing-masing individu, siapa yang menjadi ketua dan siapa yang menjadi anggotanya. Dalam perjalanan kelompok akan terjadi interaksi antar anggota yang memungkinkan terjadinya perpecahan (konflik), tapi konflik ini biasanya bersifat sementara karena manfaat kelompok ini lebih besar, maka anggota akan menyesuaikan diri karena kepentingan bersama dan setelah itu perubahan kelompok akan mudah terjadi.

Pembentukan kelompok juga mengandung nilai pendidikan, karena dengan terbentuknya kelompok, taraf perkembangan kepribadian anggota kelompok diharapkan dapat semakin meningkat. Sebab itu, dalam mengarahkan

keberhasilan kelompok dibutuhkan pribadi yang bertanggung jawab, yang dalam hal ini disebut pemimpin yang dengan sadar melihat arah perkembangan yang diinginkan dari terbentuknya kelompok tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa dalam kelompok akan mudah ditemukan alat pendidikan yang digunakan untuk mengembangkan anggota sebagai pribadi atau sebagai anggota masyarakat.

Bergabung dengan sebuah kelompok merupakan sesuatu yang murni dari diri sendiri atau juga secara kebetulan. Misalnya, seseorang terlahir dalam keluarga tertentu. Namun ada juga yang merupakan sebuah pilihan. Terdapat dua faktor utama yang tampaknya menjadikan seseorang memilih masuk kepada satu kelompok, yaitu kedekatan dan kesamaan. Pengaruh tingkat kedekatan terhadap keterlibatan seseorang dalam sebuah kelompok tidak bisa diukur. Kelompok tersusun atas individu-individu yang saling berinteraksi. Semakin dekat jarak antara dua orang, semakin mungkin mereka saling melihat, berbicara, dan bersosialisasi. Singkatnya, kedekatan fisik meningkatkan peluang interaksi dan bentuk kegiatan bersama yang memungkinkan terbentuknya kelompok. Jadi, kedekatan menumbuhkan interaksi, yang memainkan peranan penting terhadap terbentuknya kelompok.

Selain faktor kedekatan, kesamaan juga menjadi faktor yang mendorong pembentukan kelompok. Pembentukan kelompok tidak hanya tergantung pada kedekatan fisik, tetapi juga kesamaan di antara anggota-anggotanya. Sudah menjadi kebiasaan, orang lebih suka berhubungan dengan orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan minat, kepercayaan, nilai, usia, tingkat intelegensi, atau karakter-karakter personal lain. Kesamaan tersebut kemudian menguatkan identitas sosial di antara orang-orang yang ada dalam kelompok.

Berbicara tentang kelompok, tidak bisa terlepas dari membicarakan identitas. Alo Liliweri membagi identitas menjadi tiga bentuk yaitu: identitas

budaya, identitas sosial dan identitas diri atau pribadi. Pertama, identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Identitas budaya meliputi penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan. Kedua, identitas sosial yaitu suatu identitas yang didasarkan pada pemahaman tindakan manusia dalam konteks sosialnya. Identitas sosial adalah terkait dengan persoalan apa yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dengan kata lain, identitas sosial sebagaimana disebutkan Baron dan Byrne adalah representasi diri yang membantu untuk mengkonseptualisasikan dan mengevaluasi siapa diri sendiri (*self*) dan siapa yang lain (*others*).¹³ Ketiga, identitas diri yaitu sebagai suatu kesadaran terhadap kesatuan dan kesinambungan pribadi, yang mengintegrasikan semua gambaran diri, baik yang diterima dari orang lain maupun yang diimajinasikan sendiri tentang apa dan siapa dirinya serta apa yang dapat dibuatnya dalam hubungan dengan diri sendiri dan orang lain.

Dengan demikian, identitas sosial adalah kesadaran diri secara khusus diberikan kepada hubungan antar kelompok dan hubungan antar individu dalam kelompok. Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari keanggotaan dalam satu kelompok sosial dan memiliki nilai emosional yang dilekatkan dalam keanggotaan kelompok. Kelompok-kelompok ini antara lain keluarga dan kerabat seperti kelompok pekerjaan, kelompok agama, kelompok politik, etnis komunitas dan kelompok lainnya yang memperkuat aspek diri seseorang. Sebagaimana disebutkan Cris Barker, identitas harus berdasarkan pada pemahaman tindakan manusia dalam konteks sosialnya. Identitas sosial adalah persamaan dan perbedaan, soal personal dan sosial, soal apa yang kamu miliki secara bersama-sama dengan beberapa orang dan apa yang membedakanmu dengan orang lain.¹⁴

¹³ Baron dan Byrne, Psikologi, h. 162-163.

¹⁴ Cris Barker, Cultural Studies Teori dan Praktik (Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka, 2009), h. 221.

Dengan demikian, berbicara identitas sosial tidak terlepas dari membicarakan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga terkait dengan keanggotaan dalam suatu kelompok. Kelompok adalah suatu sistem yang terdiri dari sejumlah orang yang berinteraksi satu sama lain dan terlibat dalam satu kegiatan bersama atau sejumlah orang yang mengadakan hubungan tatap muka secara berkala karena mempunyai tujuan dan sikap bersama. Hubungan tersebut diatur oleh norma-norma, tindakan-tindakan yang dilakukan disesuaikan dengan kedudukan (status) dan peranan (role) masing-masing dan antara orang-orang yang terdapat dalam satu kelompok.

Hogg dan Abram sebagaimana dikutip Walgito menjelaskan, identitas sosial sebagai rasa keterkaitan, peduli, bangga dapat berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain. Bahkan tanpa perlu memiliki hubungan personal yang dekat, mengetahui atau memiliki berbagai minat. Demikian juga menurut William James, identitas sosial lebih diartikan sebagai diri pribadi dalam interaksi sosial, dimana diri adalah segala sesuatu yang dapat dikatakan orang tentang dirinya sendiri, bukan hanya tentang tubuh dan keadaan fisiknya sendiri, melainkan juga tentang anak, istri, rumah, pekerjaan, nenek moyang, teman-teman, uangnya dan lain-lain. Fiske dan Taylor juga menekankan nilai positif atau negatif dari keanggotaan seseorang dalam kelompok tertentu.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap kelompok tidak terlepas dari penguatan identitas sosial, yang merupakan bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan atas keanggotaannya dalam suatu kelompok tertentu. Keterlibatan seseorang dalam kelompok mendorong seseorang untuk mengkonseptualisasikan dirinya sesuai dengan norma yang berlaku pada kelompok dimana seseorang itu memasuki kelompok.

¹⁵ Walgito, Pengantar

Menurut Jackson dan Smith sebagaimana dikutip Barron dan Donn, ada empat dimensi dalam mengkonseptualisasikan identitas kelompok, yaitu:

a. Persepsi dalam konteks antar kelompok

Dengan mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu di dalamnya. Persepsi tersebut kemudian menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik terhadap kelompoknya maupun kelompok yang lain.

b. Daya tarik *in-group*

Secara umum, *in group* dapat diartikan sebagai suatu kelompok dimana seseorang mempunyai perasaan memiliki dan *common identity* (identitas umum). Sedangkan *out group* adalah suatu kelompok yang dipersepsikan jelas berbeda dengan *in group*. Adanya perasaan *in group* sering menimbulkan kecenderungan untuk menganggap kelompoknya yang lebih baik. Hal tersebut terjadi karena loyalitas terhadap kelompok.

c. Keyakinan saling terkait

Identitas sosial merupakan keseluruhan aspek konsep diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori keanggotaan bersama secara emosional dan hasil evaluasi yang bermakna. Artinya, seseorang memiliki kelekatan emosional terhadap kelompok sosialnya. Kelekatan itu sendiri muncul setelah menyadari keberadaannya sebagai anggota suatu kelompok tertentu. Orang memakai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan diri dan harga diri. Semakin positif penilaian terhadap kelompok, maka semakin kuat identitas kelompok yang dimiliki dan semakin kuat harga diri. Sebaliknya jika kelompok yang dimiliki dinilai memiliki prestise yang rendah maka hal itu juga akan menimbulkan identifikasi yang rendah terhadap kelompok. Apabila terjadi sesuatu yang mengancam kelompok, maka kelekatan terhadap kelompok akan meningkat dan perasaan tidak suka terhadap kelompok lain akan meningkat.

d. Depersonalisasi

Ketika individu dalam kelompok merasa menjadi bagian dalam sebuah kelompok, maka individu tersebut akan cenderung mengurangi nilai-nilai yang ada dalam dirinya, sesuai dengan nilai yang ada dalam kelompoknya tersebut. Namun, hal ini juga dapat disebabkan oleh perasaan takut tidak dianggap sebagai anggota kelompok karena mengabaikan nilai ataupun kekhasan yang ada dalam kelompok tersebut.¹⁶

Keempat dimensi tersebut cenderung muncul ketika individu berada ditengah-tengah kelompok dan ketika berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya. Individu mengkategorisasikan dirinya dengan kelompok tertentu yang akan menentukan kecenderungan mereka untuk berperilaku sesuai dengan keanggotaan kelompoknya. Dengan demikian, identitas sebagai anggota kelompok sangat penting dalam menunjukkan keterlibatan emosional yang kuat terhadap satu kelompok, walaupun kelompoknya diberikan karakteristik negatif. Proses pembentukan kelompok tidak terlepas dari keinginan untuk menguatkan identitas sosial orang-orang yang masuk dalam kelompok itu sendiri.

Sebagaimana dikutip Walgito dari French yang memberikan gambaran bahwa dalam kelompok yang terorganisir baik, motivasi anggotanya jauh lebih baik atau lebih tinggi dari pada kelompok yang tidak terorganisir.¹⁷ Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kelompok dapat mempengaruhi perilaku individu. Pengaruh kelompok dapat membuat anggotanya melakukan hal-hal dalam kelompok yang tidak dilakukan jika mereka sendiri. Keanggotaan kelompok dapat juga mempengaruhi perilaku anggotanya bila tidak ada anggota lain disekitarnya. Pengaruh terhadap perilaku ini besar sekali terutama dalam kelompok yang mempunyai rasa kebersamaan yang tinggi. Arah yang

¹⁶ Baron dan Byen, Psikologi, h. 48

¹⁷ Walgito, Psikologi, h. 81.

ditempuhnya sebagian besar tergantung dari norma-norma yang ada dalam kelompok tersebut.

2. Tipe Kelompok

Tipe kelompok sebagaimana dijelaskan Bungin terbagi tiga, yaitu kelompok belajar (*learning group*), kelompok pertumbuhan (*growth group*), dan kelompok pemecahan masalah (*problem solving group*).¹⁸

a. Kelompok Belajar (*Learning Group*)

Kata belajar atau *learning*, tidak tertuju pada pengertian pendidikan di sekolah, namun juga termasuk belajar dalam kelompok (*learning group*) seperti kelompok sepak bola, kelompok keterampilan, termasuk juga kelompok atau komunitas Gowes Jelajah. Komunitas Gowes Jelajah termasuk dalam kelompok belajar, karena memang komunitas Gowes Jelajah adalah tempat untuk belajar bersama mengenai teknik bersepeda, dari bertukar fikiran sampai informasi sesama anggota satu sama lainnya. Tujuan dari *learning group* ini adalah meningkatkan informasi, pengetahuan, dan kemampuan dari para anggotanya

b. Kelompok Pertumbuhan (*Growth Group*)

Kelompok pertumbuhan memusatkan perhatiannya kepada permasalahan pribadi yang dihadapi para anggotanya. Wujud nyata dari kelompok ini adalah kelompok bimbingan perkawinan, kelompok bimbingan psikologi, kelompok terapi, serta kelompok yang memusatkan aktivitasnya kepada penumbuhan keyakinan diri. Karakteristik dari kelompok ini adalah tidak mempunyai tujuan kolektif yang nyata, dalam arti bahwa seluruh tujuan kelompok diarahkan kepada usaha membantu para anggotanya mengidentifikasi dan mengarahkan mereka untuk peduli dengan persoalan pribadi yang mereka hadapi untuk perkembangan pribadi mereka.

¹⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 276.

c. Kelompok Pemecahan Masalah (*Problem Solving Group*)

Kelompok ini bertujuan untuk membantu anggota kelompok lainnya memecahkan masalahnya. Sering kali seseorang tak mampu memecahkan masalahnya sendiri, karena itu ia menggunakan kelompok sebagai sarana memecahkan masalahnya. Cara lain untuk memahami tindak komunikasi dalam organisasi adalah dengan melihat bagaimana suatu organisasi menggunakan metode-metode tertentu untuk mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi.

Dalam tataran teoritis, dikenal empat metode pengambilan keputusan, yaitu kewenangan tanpa diskusi (*authority rule without discussion*), pendapat ahli (*expert opinion*), kewenangan setelah diskusi (*authority rule after discussion*), dan kesepakatan (*consensus*). Pertama, kewenangan tanpa diskusi adalah metode pengambilan keputusan yang seringkali digunakan oleh para pemimpin otokratik atau dalam kepemimpinan militer. Metode ini memiliki beberapa keuntungan yaitu cepat, dalam arti ketika organisasi tidak mempunyai waktu yang cukup untuk memutuskan apa yang harus dilakukan. Namun demikian, jika metode pengambilan keputusan ini terlalu sering digunakan, ia akan menimbulkan persoalan-persoalan, seperti munculnya ketidakpercayaan para anggota organisasi terhadap keputusan yang ditentukan pimpinannya, karena mereka kurang bahkan tidak dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan

Kedua, pendapat ahli, yaitu suatu metode pengambilan keputusan yang memberikan kesempatan bagi seorang anggota organisasi untuk memberikan pendapat, karena diberi predikat sebagai ahli, sehingga memungkinkannya memiliki kekuatan dan kekuasaan untuk membuat keputusan. Metode pengambilan keputusan ini akan bekerja dengan baik, apabila seorang anggota organisasi yang dianggap ahli tersebut benar-benar tidak diragukan lagi kemampuannya dalam hal tertentu oleh anggota lainnya.

Ketiga, kewenangan setelah diskusi yaitu suatu metode pengambilan keputusan yang lebih longgar dibandingkan dengan metode pertama. Metode pengambilan keputusan ini juga mempunyai kelemahan, yaitu pada anggota kelompok akan bersaing mempengaruhi pengambil atau pembuat keputusan. Artinya bagaimana para anggota organisasi yang mengemukakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan, berusaha mempengaruhi pimpinan kelompok bahwa pendapatnya yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan.

Keempat, kesepakatan. Kesepakatan atau konsensus akan terjadi kalau semua anggota dari suatu kelompok mendukung keputusan yang diambil. Metode pengambilan keputusan ini memiliki keuntungan, yakni partisipasi penuh dari seluruh anggota kelompok akan dapat meningkatkan kualitas keputusan yang diambil, sebaik seperti tanggung jawab para anggota dalam mendukung keputusan tersebut.

3. Dinamika dan Komunikasi Kelompok

Pembicaraan tentang kelompok tidak dapat terlepas dari pembicaraan tentang dinamika kelompok. Kata dinamika berasal dari kata *dynamics* yang disebut Slamet Santoso sebagai tingkah laku yang saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya secara langsung dan secara timbal balik. Dinamika berarti adanya interaksi dan *interdependensi* antara anggota kelompok yang satu dengan anggota kelompok lainnya secara keseluruhan.¹⁹ Dengan demikian, dinamika kelompok dapat dipahami sebagai kedinamisan atau keteraturan yang jelas dalam hubungan secara psikologis. Antar anggota kelompok mempunyai hubungan psikologis yang berlangsung dalam situasi yang dialami secara bersama-sama. Dinamika kelompok adalah kekuatan yang saling mempengaruhi hubungan timbal balik kelompok dengan interaksi yang terjadi antara anggota kelompok dengan pemimpin yang diberi pengaruh kuat pada perkembangan kelompok.

¹⁹ Slamet Santoso, *Dinamika Kelompok* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), h. 5.

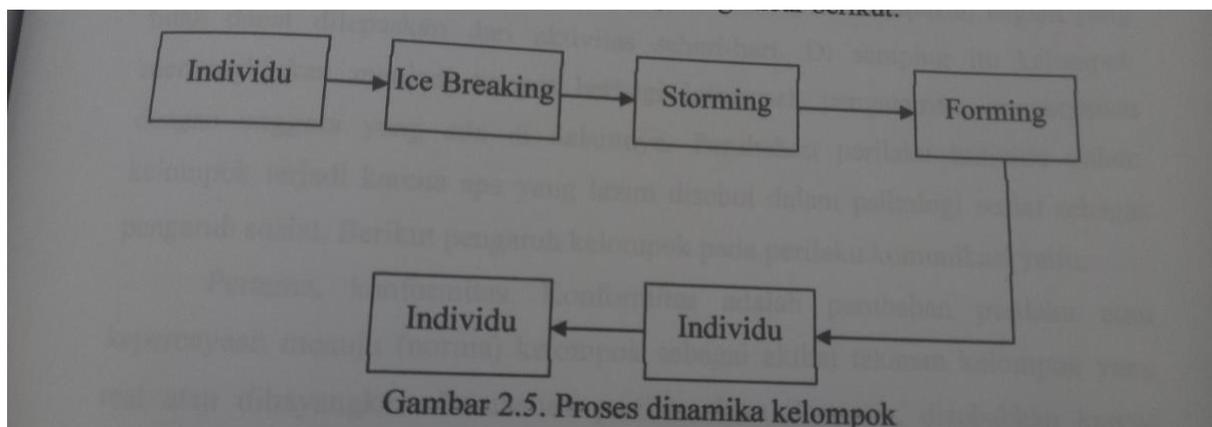
Pada dasarnya dinamika kelompok mengacu pada kekuatan interaksional dalam kelompok yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan para anggota. Pada hakikatnya dinamika kelompok mencakup proses dan perasaan kelompok. Itulah sebabnya, dinamika kelompok lebih bersifat deskriptif, tidak ada yang baik ataupun yang buruk. Dalam kata keorganisasian juga banyak menggunakan pendekatan- pendekatan dinamika kelompok untuk proses pelaksanaan dan pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, hakikat dinamika kelompok adalah studi tentang interaksi dan interdependensi antara anggota kelompok dengan adanya feed back dinamis atau keteraturan yang memiliki tujuan tertentu.

Kamanto Sunarto menjelaskan beberapa fungsi dinamika kelompok dalam kaitannya dengan penguatan interaksional dalam mencapai tujuan kelompok itu sendiri. Fungsi tersebut adalah: (1) membentuk kerjasama saling menguntungkan dalam mengatasi persoalan hidup. (2) memudahkan pekerjaan.

(3) mengatasi pekerjaan yang membutuhkan pemecahan masalah dan mengurangi beban pekerjaan yang terlalu besar sehingga selesai lebih cepat, efektif dan efisien. Salah satunya dengan membagi pekerjaan besar sesuai bagian kelompoknya masing-masing atau sesuai keahlian. (4) menciptakan iklim demokratis dalam kehidupan masyarakat dengan memungkinkan setiap individu memberikan masukan, berinteraksi, dan memiliki peran yang sama dalam masyarakat.²⁰

²⁰ Kamanto Sunarto, *Sosiologi Kelompok* (Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Indonesia, 1992), h. 56.

Proses dinamika kelompok mulai dari individu sebagai pribadi yang masuk ke dalam kelompok dengan latar belakang yang berbeda-beda, belum mengenal antar individu yang ada dalam kelompok. Mereka membeku seperti es. Individu yang bersangkutan akan berusaha untuk mengenal individu yang lain. Es yang membeku lama-kelamaan mulai mencair, proses ini disebut *ice breaking*. Setelah saling mengenal, dimulailah berbagai diskusi kelompok, yang kadang mengalami *forming*. Dalam setiap kelompok harus ada aturan main yang diskusi bisa sampai memanas, proses ini disebut *storming*. *Storming* akan membawa perubahan pada sikap dan perilaku individu, pada proses ini individu disepakati bersama oleh semua anggota kelompok dan pengatur perilaku anggota kelompok, proses ini disebut *norming*. Berdasarkan aturan inilah individu dan kelompok melakukan berbagai kegiatan, proses ini disebut *performing*. Secara singkat dinamika kelompok dapat dilihat pada gambar berikut:



setiap orang untuk dapat mewujudkan harapan dan keinginan berbagi informasi dalam hampir semua aspek kehidupan kelompok bisa merupakan media untuk mengungkapkan persoalan-persoalan pribadi, sarana meningkatkan pengetahuan dan dapat menjadi wadah bagi pemecahan

masalah. Jadi, banyak manfaat yang dapat diperoleh setiap orang yang terlibat dalam suatu kelompok. Oleh sebab itu, komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kelompok.

Komunikasi merupakan suatu aspek yang paling mendasar dalam satu kelompok. Disebutkan demikian, karena tanpa berkomunikasi, manusia tidak akan bisa membangun interaksi sosial dengan orang lain. Kekompakan, kebersamaan yang terjalin akibat adanya tujuan bersama ini yang menjadikan individu-individu itu terbentuk menjadi suatu kelompok. Adanya kelompok menjadikan individu-individu itu menjadi kuat karena mereka mempunyai tujuan yang sama. Komunikasi dalam kelompok yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung meskipun itu tidak disetujui. Kedua, komformitas yang disertai perilaku dan kepercayaan yang sesuai dengan tatanan sosial.²¹

Kedua, fasilitas sosial. Fasilitas menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc sebagaimana dikutip Muhammad Arni menjelaskan kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya di depan orang yang menggairahkan. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang dikuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang benar, karena itu para peneliti melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

22

Ketiga, polarisasi. Polarisasi adalah kecenderungan posisi kearah yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi

²¹ Ibid. 173.

²² Arni, Komunikasi, h. 89.

mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menantang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menantang lebih keras.

Menurut para ahli, kelompok dapat diklasifikasikan kepada beberapa jenis. Seperti penjelasan yang dikutip Marhaeni Fajar dari Jalaluddin Rakhmat, bahwa kelompok dibagi pada tiga jenis, yaitu kelompok primer dan sekunder, kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan, kelompok deskriptif dan kelompok perspektif. Pertama, kelompok primer dan sekunder. Kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati. Kedua, kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan. Keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu sendiri. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standar) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Ketiga, kelompok deskriptif dan kelompok perspektif. Kelompok deskriptif adalah kelompok yang bertujuan memecahkan masalah melalui diskusi dan setiap anggota berusaha belajar tentang dirinya, sehingga muncul kesadaran dalam mewujudkan identitas sosial baru. Sedangkan kelompok deskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok.²³

Kelompok yang baik adalah kelompok yang mampu memberikan kesempatan pada individu-individu yang ada di dalamnya untuk mengaktualisasikan diri, sehingga kelompok merupakan perwujudan dari individu-individu yang ada di dalamnya. Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka

²³ Fajar, *Ilmu Komunikasi*, h. 68

sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Begitupun dengan komunikasi yang dilakukan oleh kelompok-kelompok yang ada di dalamnya, harus terjadi dengan seimbang tidak ada yang mendominasi atau terdominasi.

Untuk menghindari adanya perasaan didominasi dan mendominasi, maka segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan kelompok perlu didiskusikan, ataupun di komunikasikan. Di sinilah letak pentingnya komunikasi dalam kelompok, yaitu untuk semakin mempererat hubungan di antara orang-orang yang ada dalam kelompok. Sebagaimana dijelaskan Goldberg dan Larson, bahwa komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan penerapan yang menitikberatkan, tidak hanya pada proses kelompok secara umum, tetapi juga pada perilaku komunikasi individu-individu pada tatap muka kelompok diskusi kecil.²⁴

Jhon Dewey seperti yang dikutip Rivers mengatakan bahwa komunikasi adalah hal paling menakjubkan. Dengan komunikasi, manusia melakukan berbagai penyesuaian diri yang diperlukan dan memenuhi berbagai kebutuhan dan tuntutan yang ada, sehingga masyarakat manusia tidak tercerai-berai. Melalui komunikasi juga manusia mempertahankan nilai dan norma yang berlaku dari generasi ke generasi.²⁵ Salah satu dari bentuk komunikasi yang dilakukan manusia untuk membangun interaksi sosial tersebut adalah komunikasi kelompok. Kelompok sebagaimana disebutkan Saptono dan Sulasmono adalah sejumlah orang yang memiliki norma-norma, nilai-nilai, dan harapan-harapan yang sama, yang secara sengaja dan teratur saling berinteraksi dan mempunyai kesadaran diri sebagai anggota kelompok yang diakui oleh pihak luar kelompok.²⁶

²⁴ Goldberg dan Larson, *Komunikasi*, h. 6.

²⁵ William L. Rivers, Dkk, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, terj. Haris Munandar (Jakarta: Kencana, 2003), h. 33.

²⁶ Saptono dan Bambang Suteng Sulasmono, *Sosiologi* (Jakarta. PT. Phibeta Aneka Gama

Sebagaimana disebutkan Sendjaja, bahwa komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian. Sejak lahir sudah mulai bergabung dengan kelompok primer yang paling dekat, yaitu keluarga. Kemudian seiring dengan perkembangan usia dan kemampuan intelektualitas, masuk dan terlibat dalam kelompok-kelompok sekunder seperti sekolah, lembaga agama, tempat pekerjaan dan kelompok sekunder lainnya yang sesuai dengan minat ketertarikan.²⁷ Sebagian pakar mengartikan komunikasi kelompok sebagai komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya.²⁸ Onong Uchjana Effendi mengartikan komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.²⁹ Dari defenisi ini dipahami, bahwa komunikasi kelompok adalah komunikasi seseorang atau komunikator dengan sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama dalam kelompok yang memiliki karakteristik tersendiri. Sebagaimana ditegaskan Bungin, bahwa kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan konstribusi arus informasi diantara mereka, sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok bersangkutan.³⁰

Komunikasi kelompok juga bisa diartikan sebagai kumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka menjadi salah satu bagian dari kelompok tersebut. Contohnya tetangga, keluarga, kawan- kawan dekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite

2007), b. 119.

²⁷ Sendjaja, *Teori*, h. 89.

²⁸ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung Armico, 1984), h. 22

²⁹ Effendy, *Ilmu, Teori*, h. 75.

³⁰ Bungin, *Sosiologi*, h. 270.

untuk mengambil suatu keputusan, komunikasi ini dengan sendirinya melibatkan komunikasi antarpribadi.³¹

Menurut jumlahnya, kelompok bisa kecil dan bisa besar. Kelompok kecil adalah kelompok komunikasi yang dalam situasi komunikasi terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal. Beberapa contoh komunikasi kelompok kecil, yaitu forum, rapat, diskusi, kuliah, dan lain-lain. Jadi, kelompok adalah sejumlah orang yang mempunyai kesatuan psikologi, interaksi dan semacamnya. Situasi kelompok besar seperti raksasa atau kumpulan orang-orang berlainan dengan situasi dalam kelompok kecil. Situasi kelompok besar, kontak pribadi antar komunikator kurang bila dibandingkan dengan situasi kelompok kecil, apalagi dibandingkan dengan situasi kelompok antar pribadi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa antara komunikasi dengan kelompok saling mempengaruhi. Adapun pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi, antara lain adalah konformitas, fasilitas sosial dan polarisasi. Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan. Fasilitas sosial adalah untuk memudahkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Sedangkan polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Inilah beberapa pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi.

4. Sifat dan Karakteristik Komunikasi Kelompok

Sebagaimana dipahami bahwa komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan sejumlah komunikan. Komunikasi kelompok (*group communication*)

³¹ Fajar, *Ilmu Komunikasi*, h. 65.

termasuk komunikasi tatap muka, karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. Sebab itu, sesuai dengan sifatnya, komunikasi kelompok dibagi kepada dua macam, yaitu komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) dan komunikasi kelompok besar (*large group communication*).³²

Situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil apabila situasi komunikasi dapat diubah menjadi komunikasi antarpersona dengan setiap komunikan. Dalam kaitan itu, Effendy menyebutkan ciri-ciri komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), yaitu ditujukan kepada kognisi komunikan, prosesnya berlangsung secara dialogis. Ciri lainnya yaitu prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linear melainkan sirkular dan umpan balik terjadi secara verbal. Dalam situasi komunikasi seperti ini, komunikan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator, sehingga komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dan dapat menyanggah bila tidak setuju dan sebagainya.³³

Berbeda dengan komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar menilai jika suatu situasi komunikasi antara komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antarpersona. Artinya, kecil kemungkinan untuk terjadi dialog seperti halnya pada komunikasi kelompok kecil. Komunikasi kelompok besar (*large group communication*) ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau kepada perasaannya, dan prosesnya berlangsung secara linear. Contohnya adalah rapat raksasa di suatu lapangan dan tabligh akbar. Menurut Hafied Cangara, komunikasi kelompok besar ini diistilahkan dengan komunikasi publik dan berlangsung secara spontanitas, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal.³⁴ Komunikasi kelompok juga menunjukkan adanya perbedaan dari sisi karakter komunikannya. Jika pada kelompok kecil umumnya komunikan

³² Effendy, *Dinamika*, h. 8.

³³ Effendy, *Ilmu, Teori* h. 76-77.

³⁴ Cangara, *Pengantar*, h. 34-35

bersifat homogen, seperti sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, dan sebagainya, maka pada kelompok besar sifat komunikannya heterogen. Mereka terdiri dari individu yang berbeda jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendidikan dan sebagainya. Hal inilah kemudian yang menyebabkan khalayak lebih cenderung menanggapi pesan dengan perasaan dari pada dengan pikiran.

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lainnya.³⁵ Norma oleh para sosiolog disebut juga dengan hukum (*law*) ataupun aturan (*rule*), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas dilakukan dalam suatu kelompok. Ada tiga kategori norma kelompok, yaitu norma sosial, procedural, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan di antara para anggota kelompok. Sedangkan norma *procedural* menguraikan dengan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan, apakah melalui suara mayoritas ataukah dilakukan pembicaraan sampai tercapai kesepakatan. Dari norma tugas memusatkan perhatian bagaimana suatu peran yang harus dilakukan.³⁶

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran. Peran dibagi menjadi tiga, yaitu peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai aktivis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota macam ini akan memberi sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota

³⁵ Bungin, Sosiologi, h. 273

³⁶ Sendjaja, Teori, h. 93

kelompok yang bersifat pasif, di mana anggota kelompok menahan diri agar member kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik dan tidak terjadi pertentangan dalam kelompok karena adanya peran- peran yang kontradiktif.³⁷

Komunikasi dalam kelompok yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung diantara kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi, Prinsip komunikasi kelompok dengan prinsip komunikasi interpersonal hampir mirip, yakni pesan yang disampaikan kepada individu yang lainya dibalas juga dengan suatu pesan yang telah diinterpretasikan oleh si penerima pesan tersebut sebelum disampaikan sebagai balasan pesan yang dikirimkan. Namun demikian, di antara keduanya tetap berbeda, terutama ketika diperhatikan dari intensitas individu-individu bertemu dan keterikatan dan tujuan yang hendak dicapai. Didalam komunikasi interpersonal tujuan dari individu yang ingin dicapai, sedangkan didalam kelompok adalah tujuan kelompok yang hendak dicapai. Sebagai contoh komunikasi di dalam pasar, komunikasi interpersonal antara pedagang dengan pembeli pedagang menawarkan barang dengan komunikasi tertentu untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Sedangkan kelompok pedang pasar melakukan suatu komunikasi yang menjadikan sebuah kesepakatan agar para pedagang memperoleh keuntungan yang maksimal secara bersama-sama.

Komunikasi interpersonal bisa terjadi dimanapun dan pada saat kapanpun, misalnya di halte, bus, jalan, sekolah, pasar, dan dimana saja saat individu- individu itu melakukan suatu komunikasi. Komunikasi interpersonal terjadi secara spontan dan tidak terstruktur, sedangkan komunikasi kelompok terjadi dalam suasana yang lebih terstruktur di mana para peserta lebih cenderung

³⁷ Bungin, Sosiologi, h. 274

melihat dirinya sebagai kelompok serta mempunyai kesadaran tinggi tentang sasaran bersama. Kelompok membutuhkan komunikasi untuk menunjang kekompakan dalam suatu kelompok.

Komunikasi kelompok lebih cenderung dilakukan secara sengaja dan kelompok yang berbentuk juga bersifat lebih permanen jika dibandingkan dengan komunikasi interpersonal. Demikian juga jika dibandingkan antara komunikasi kelompok kecil dan besar. Dilihat dari jumlah pesertanya, jumlah anggota kelompok juga berbeda. Pada kelompok kecil, jumlah anggotanya tiga orang atau lebih, sedangkan kelompok besar biasa disebut dengan komunikasi publik yang jumlah anggotanya lebih besar, atau lebih bersifat massa. Perbedaan lain di antara dua kelompok ini dapat dilihat dari ikatan emosional anggotanya. Pada kelompok kecil, proses komunikasi lebih bersifat dialogis dan sirkular, umpan balik akan terjadi secara langsung, umpan balik bisa berupa tanggapan, pertanyaan maupun sanggahan terhadap pesan dari komunikator. Sementara pada komunikasi kelompok besar anggotanya cenderung heterogen, proses komunikasi juga bersifat linear atau satu arah.

Secara lebih jelas lagi Muhammad Arni menjelaskan, karakteristik komunikasi kelompok kecil terlihat dari beberapa ciri yang membuatnya berbeda dengan komunikasi lainnya. Adapun beberapa karakteristik kelompok kecil yang dimaksud, yaitu:

- a. Mempermudah pertemuan ramah tamah, dapat dilakukan untuk menyalurkan energi yang mungkin tidak dapat disalurkan bila orang itu sendiri.
- b. Personaliti kelompok adalah bila sekelompok orang datang bersama maka mereka membentuk identitas sendiri yang menjadikan *personaliti* kelompok.

- c. Kekompakan, yaitu daya tarikan anggota kelompok satu sama lain dan keinginan mereka untuk bersatu.
- d. Komitmen terhadap tugas. Aktivitas individu lainnya dalam kelompok yang dekat hubungannya dengan komitmen adalah motivasi.
- e. Besarnya kelompok kelihatannya cukup sederhana tapi besarnya kelompok itu mempunyai beberapa pencabangan penting dalam kelompok.
- f. Norma kelompok, adalah aturan dan pedoman yang digunakan oleh sekelompok itu sendiri, maupun beberapa faktor eksternal di luar kelompok
- g. Saling bergantung satu sama lain. Yang paling penting adalah anggota kelompok tergantung satu sama lain untuk beberapa tingkatan tertentu, dan paling kurang pada seorang lainnya.³⁸

Goldhberg dan Larson menguraikan beberapa faktor yang menjadikan komunikasi kelompok bersifat khas dari komunikasi lainnya. Beberapa faktor yang dimaksud, yaitu: ³⁹

a. Tingkah laku

Tingkah laku dalam komunikasi kelompok memiliki keterkaitan dengan interaksi yang dilakukan oleh peserta komunikasi, yaitu ketika komunikator menyampaikan pesan, kemudian ditanggapi oleh anggota kelompok. Selain melihat tingkah laku peserta komunikasi, dapat juga dilihat dari sudut pandang pesan, mulai dari pesan verbal dan nonverbal, intensitas, hingga panjang pesan. Pesan dalam komunikasi kelompok terbagi dalam dua tingkat, yaitu pesan-pesan tugas dan pesan-pesan proses. Pesan-pesan tugas memiliki peran untuk mengembangkan ide, pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.

³⁸ Arni, Komunikasi, h. 185-188.

³⁹ Goldhaber dan Larson, Komunikasi, h.61.

Sedangkan pesan proses untuk menerangkan tingkah laku pesan yang mencerminkan kepentingan dan kebutuhan antarpribadi dari anggota kelompok.

b. Perseptual dan anggota

Perseptual merupakan keadaan internal suatu kelompok komunikasi yang bertumpu pada nilai-nilai, ideologi dan sistem kepercayaan. Sehingga terbentuklah suatu ikatan anggota kelompok sebagai suatu kesatuan dengan anggota yang lain, dan juga persamaan perseptual kelompok ini berfungsi untuk memahami setiap pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator. Di dalam aspek perseptual juga meliputi keyakinan dan sikap anggota kelompok ketika melakukan proses komunikasi.

c. Semua unsur memiliki keterkaitan

Ciri-ciri yang terakhir pada komunikasi kelompok adalah semua gejala yang sifatnya saling berhubungan. Biasa disebut sebagai ciri-ciri dari kelompok seperti umpan balik antar pribadi, konflik antar pribadi serta distribusi kepemimpinan yang terangkum dalam peranan anggota kelompok, norma kelompok, iklim kelompok, dan sebagainya, merupakan satu kesatuan yang menjadi bagian utama dari komunikasi kelompok. Setiap anggota kelompok ikut mengambil peran dalam proses komunikasi kelompok dengan melaksanakan fungsi-fungsi anggota komunikasi kelompok. Fungsi-fungsi ini antara lain menyampaikan pendapat, mencari informasi, menilai anggota lain, atau bermacam tugas serta proses tingkah laku lain.

5. Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok

Unsur-unsur atau elemen yang terlibat dalam suatu proses komunikasi kelompok, tidak jauh berbera dengan unsur-unsur komunikasi secara umum.

Sebagaimana dijelaskan Harahap dan Ahmad, unsur-unsur komunikasi tersebut, yaitu:⁴⁰

a. Pengirim pesan (komunikator)

Komunikator adalah orang yang menyampaikan ide atau informasi kepada orang lain. Penyampaian ide ini dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudnya. Dalam suatu proses komunikasi khususnya komunikasi kelompok, komunikasi terjadi secara interaktif. Status pengiriman pesan pada saat tertentu akan berubah menjadi penerima pesan, jadi peran komunikator dan komunikan akan dipertukarkan oleh peserta komunikasi secara bergantian.

b. Encoding

Encoding adalah pemaknaan ide yang ada dipikirkan komunikator untuk diubah ke dalam bentuk pesan yang dapat dipahami oleh komunikan. Suatu ide yang dimiliki oleh komunikator perlu diterjemahkan ke dalam bentuk-bentuk simbol yang akhirnya akan menjadi pesan. Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam proses encoding, yaitu: Pertama, mempertimbangkan dengan cermat apa yang disampaikan. Kedua, menerjemahkan dengan baik dan benar gagasan yang akan disampaikan menjadi isi pesan.

c. Pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan disampaikan oleh komunikator secara verbal dan non verbal, sehingga ketika seseorang sedang berdiam diri pun sesungguhnya ia sedang melakukan komunikasi, dengan syarat ada yang memaknai tindakannya.

d. Saluran

⁴⁰ Edi Harahap dan Ahmad Syarwani, *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 17.

Media komunikasi adalah semua sarana yang dapat dipergunakan untuk memproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Dalam komunikasi kelompok, media yang digunakan bermacam-macam, karena komunikasi kelompok adalah komunikasi tatap muka. Media yang dapat digunakan seperti ruangan terbuka maupun ruang terbuka.

c. Decoding

Decoding adalah penafsiran komunikasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga dirinya memahami maksud informasi yang disampaikan oleh komunikator. Faktor pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku komunikasi sangat mempengaruhi efektivitas proses komunikasi tersebut, karena kesengajaan pengalaman dan pengetahuan akan berdampak pada pemahaman terhadap isi pesan. Secara sederhana decoding merupakan kebalikan dari *encoding*.

f. Penerima pesan

Komunikan adalah orang yang menerima ide, gagasan, atau informasi dari komunikator. Penerima pesan (komunikan) bisa juga disebut sebagai khalayak, sasaran, pembaca, pendengar dan pemirsa. Istilah tersebut tergantung dari model komunikasi yang digunakan. Unsur penerima pesan dalam suatu proses komunikasi tidak boleh diabaikan karena berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh penerima pesan. Komunikan dalam komunikasi kelompok terdiri dari tiga atau lebih individu yang tergabung dalam satu kelompok.

g. Umpan balik (*feedback*)

Feedback adalah reaksi komunikasi terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Reaksi ini dapat berupa pesan verbal ataupun nonverbal. *Feedback* merupakan bukti langsung bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator memberikan dampak kepada komunikan. Isyarat yang diberikan penerima pesan

kepada komunikator sebagai bentuk *Feedback* dalam komunikasi dapat berupa ucapan maupun tindakan. Umpan balik dalam komunikasi memiliki manfaat untuk memberikan masukan kepada komunikator tentang informasi yang disampaikan. Selain itu, juga untuk meningkatkan kepercayaan antara pelaku komunikasi.

h. Gangguan (*noise*)

Gangguan bukan merupakan bagian dari proses komunikasi, namun mempunyai pengaruh dalam suatu komunikasi. Gangguan muncul hampir dalam setiap komunikasi, yang mengakibatkan distorsi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kondisi ini memberikan dampak pesan yang disampaikan kepada komunikan tidak sempurna dan bahkan mungkin akan menimbulkan perbedaan penafsiran.

6. Fungsi Komunikasi Kelompok

Bila diperhatikan dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi memiliki tujuan, demikian juga dengan kelompok. Dari tujuan tersebut dapat ditegaskan bahwa komunikasi kelompok memiliki fungsi. Sebagaimana dijelaskan Bungin, bahwa keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah, dan pembuatan keputusan, serta fungsi terapi. Semua fungsi tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri.⁴¹

a. Fungsi hubungan sosial

Komunikasi kelompok berfungsi sebagai wadah menjalin hubungan sosial.

⁴¹ Bungin, Sosiologi, h. 274

Fungsi hubungan sosial dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.

Komunikasi kelompok dapat juga dikatakan sebagai hubungan antara orang-orang yang ada dalam kelompok tersebut. Atau dengan kata lain, bahwa komunikasi kelompok merupakan se bentuk hubungan manusiawi (*human relation*) yang terjadi dalam organisasi. Sifat hubungan manusiawi tidak hanya sekedar berkomunikasi biasa, melainkan hubungan antara orang-orang yang berkomunikasi dimana mengandung unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Dikatakan bahwa hubungan manusiawi merupakan suatu komunikasi, karena sifatnya berorientasi pada perilaku (*action oriented*) dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Dalam kelompok, tujuan komunikasi adalah bagaimana anggota kelompok memiliki orientasi yang sama dalam mewujudkan tujuan bersama.

Jika ditinjau dari sejarahnya, *human relations* tidak muncul begitu saja. Sejarah munculnya *human relations* sangat erat kaitannya dengan perkembangan sejarah manajemen dan organisasi. *Human relations* menjadi sebuah pendekatan yang dianggap penting dalam organisasi termasuk juga dalam bidang kajian komunikasi. Hubungan manusiawi dapat dilakukan untuk menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi, meniadakan salah pengertian dan mengembangkan segi konstruktif sifat tabiat manusia. Maka dalam kegiatan hubungan manusiawi, ada dua teknik dan pendekatan yang dapat dilakukan, yaitu pendekatan emosional (*emosional approach*) dan pendekatan sosial budaya (*sosio culture approach*).⁴²

b. Fungsi pendidikan

⁴² Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 46.

Komunikasi kelompok juga berfungsi sebagai pendidikan. Fungsi pendidikan, karena dalam kelompok setiap anggota secara formal maupun informal dapat melakukan pertukaran pengetahuan ataupun informasi. Pertukaran pengetahuan dan informasi tentu dapat menambah pengetahuan bagi anggota kelompok lainnya. Oleh sebab itu, kelompok dapat menjadi wadah memberikan pendidikan kepada anggota kelompok.

c. Fungsi persuasi

Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Dalam kelompok, upaya-upaya persuasif berlangsung secara dinamis, antara satu anggota dengan anggota kelompok lainnya. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa risiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya.

d. Fungsi *problem solving*

Komunikasi kelompok dapat berfungsi sebagai penyelesaian masalah (*problem solving*). Kelompok dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Sering kali seseorang tidak mampu memecahkan masalahnya sendiri, karena itu ia menggunakan kelompok sebagai sarana memecahkan masalahnya. Di sinilah dipahami bahwa komunikasi kelompok dapat berfungsi untuk membantu anggota kelompok lainnya memecahkan masalah.

e. Fungsi terapi

Komunikasi kelompok dapat berfungsi sebagai terapi. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu diri sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

7. Teori Efektivitas Komunikasi Kelompok

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil, atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektivitas menurut Peter Salim dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keberhasilan, kemujaraban, pengaruh atau kesan. Efektivitas juga berarti taraf sejauh mana suatu kelompok mencapai tujuannya.⁴³ Menurut Hasan Syadily dalam Ensiklopedi Indonesia, secara terminologi efektivitas berarti menunjukkan taraf tercapainya suatu tujuan, suatu usaha dikatakan efektif kalau usaha itu mencapai tujuannya.⁴⁴ Jadi, jika seseorang melakukan perbuatan dengan tujuan tertentu, maka orang tersebut dikatakan efektif apabila sasaran atau tujuan dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Dengan kata lain, sesuatu disebut efektif apabila proses kegiatan itu waktunya singkat, tenaga sedikit, hemat biaya, tetapi hasilnya sesuai dengan target.

Efektivitas pada dasarnya mengacu pada sebuah keberhasilan atau pencapaian tujuan. Efektivitas merupakan salah satu dimensi dari produktivitas, yaitu mengarah kepada pencapaian untuk kerja yang maksimal, yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas dan waktu, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Berdasarkan hal tersebut maka untuk mencari tingkat efektivitas dapat digunakan rumus. Efektivitas $\text{Output Aktual} / \text{Output Target} \geq 1$. Artinya, jika *output* aktual berbanding *output* yang ditargetkan lebih besar atau sama dengan 1 (satu), maka dapat dikatakan efektif. Tetapi kalau *output* aktual berbanding *output* yang ditargetkan kurang daripada 1 (satu), maka tidak dapat dikatakan efektif. Dengan demikian, efektivitas secara

⁴³ "Peter Salim, Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer (Jakarta: Modern English Press, 1991), Cet. Ke-1, h. 39

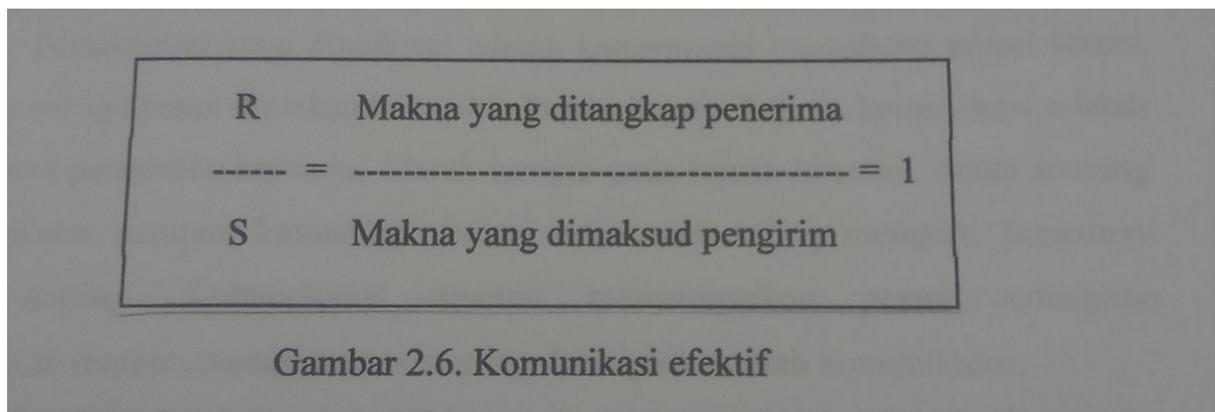
⁴⁴ Hasan Syadily, Ensiklopedi Indonesia (Jakarta: Ichtiar Baruwan Hoeve), Jilid 2, h. 883.

umum menunjukkan sampai seberapa besar tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan.

Unsur yang paling penting dalam konsep efektivitas adalah pencapaian tujuan yang sesuai dengan apa yang telah disepakati secara maksimal, karena tujuan merupakan harapan yang dicita-citakan atau suatu kondisi tertentu yang ingin dicapai oleh serangkaian proses. Dengan demikian, efektivitas merupakan suatu konsep yang sangat penting karena mampu memberikan gambaran mengenai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasarannya atau dapat dikatakan bahwa efektivitas merupakan tingkat ketercapaian tujuan dari aktivasi-aktivasi yang telah dilaksanakan dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sebagai satu kegiatan, komunikasi kelompok juga diharapkan mencapai efektivitasnya dalam meningkatkan segala hal yang berkaitan dengan kebaikan anggota kelompok. Komunikasi efektif adalah kunci sukses di dalam dunia kerja dan di dalam pertemanan. Secara sederhana komunikasi dikatakan efektif jika orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudnya atau singkatnya adanya persamaan kesepakatan atau disebut juga sebagai *equal agreement*. Komunikasi efektif digambarkan oleh Goyer dalam Tubbs dan Moss, sebagaimana di bawah ini.⁴⁵

⁴⁵ S.L. Tubss dan S. Moss, *Komunikasi Antarmamusia: Prinsip-Prinsip Dasar*, terj. Deddy Mulyana (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), h. 12.



Gambar di atas menunjukkan proses komunikasi efektif. S sebagai pengirim pesan dan R sebagai penerima, komunikasi antara S dengan R disebut efektif, jika R merespons baik pesan yang disampaikan S. Dengan demikian, nilainya menjadi 1 yang menunjukkan efektifnya penyampaian pesan. Semakin besar hubungan antara yang dimaksud pengirim pesan dengan respons yang ditangkap komunikan, maka semakin efektif komunikasi yang terjadi. Jika komunikasi R/S bernilai nol atau tidak ada respons, berarti komunikasi yang terjadi tidak efektif. Oleh McKenna menyebut, bahwa efektivitas komunikasi tidak tergantung pada banyaknya kosa kata, tetapi tergantung pada kesepahaman antara orang yang berkomunikasi.⁴⁶

Hampir sama dengan Suranto AW yang juga menegaskan komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan seorang komunikator dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan. Dengan demikian, komunikator dikatakan efektif jika antara komunikator dengan komunikan sama-sama berhasil menerima dan memahami pesan-pesan yang diperbincangkan.⁴⁷ Efektifitas komunikasi dapat juga dilihat dari pengaruh pesan yang disampaikan terhadap

⁴⁶ McKenna, *Powerful Communication Skills*, terj. Tim terjemah Elex Media Komputindo (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), h. 24.

⁴⁷ Suranto AW, *Komunikasi Efektif Untuk Mendukung, Kinerja Perkantoran*, www.uny.ac.id, diunduh tanggal 15 Mei 2013.

komunikasikan, artinya bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik sehingga menimbulkan respon atau umpan balik dari penerimanya.

Suranto AW juga menjelaskan bahwa ada beberapa indikator yang menjadi tolok ukur efektifnya komunikasi dalam suatu organisasi. Indikator tersebut, yaitu:

a. Pemahaman

Pemahaman yang dimaksud adalah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Tujuan komunikasi adalah terjadinya pengertian bersama. Untuk sampai pada tujuan tersebut, maka seorang komunikator maupun komunikan harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing. Komunikator mampu menyampaikan pesan sedangkan komunikan mampu menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

b. Kesenangan

Kesenangan yang dimaksud adalah apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan ke dua belah pihak. Suasana yang lebih rileks dan menyenangkan akan lebih enak untuk berinteraksi bila dibandingkan dengan suasana yang tegang. Karena komunikasi bersifat fleksibel. Dengan adanya suasana semacam itu, maka akan timbul kesan yang menarik.

c. Pengaruh pada sikap

Tujuan berkomunikasi adalah untuk mempengaruhi sikap. Jika dengan berkomunikasi dengan orang lain, kemudian terjadi perubahan pada perilakunya, maka komunikasi yang terjadi adalah efektif, dan jika tidak ada perubahan pada sikap seseorang, maka komunikasi tersebut tidaklah efektif.

d. Hubungan yang makin baik

Bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Seringkali jika orang telah

memiliki persepsi yang sama, kemiripan karakter, cocok, dengan sendirinya hubungan akan terjadi dengan baik.

e. Tindakan

Komunikasi akan efektif jika kedua belah pihak setelah berkomunikasi terdapat adanya sebuah tindakan. Alexis Tan mengemukakan bahwa perlu ada daya tarik dengan kesamaan (*similarity*), keakraban (*familiarity*) dan kesukaan (*proximity*). Seseorang biasanya akan cenderung lebih tertarik dengan orang lain karena memiliki faktor kesamaan (sama hobi, sama sifat), keakraban (keluarga, teman karib), dan kesukaan. Dengan kondisi seperti itu orang tidak merasa sungkan untuk berbicara, yakni menceritakan masalah hidupnya secara jujur tanpa adanya kecanggungan berkomunikasi diantara keduanya. Jika sudah demikian, maka antara satu dengan yang lainnya akan saling mempengaruhi dan dengan sendirinya komunikasi akan berlangsung secara efektif.

Komunikasi yang efektif dapat dipahami sebagai komunikasi yang menunjukkan bahwa antara komunikan dan komunikator sama-sama memahami pesan-pesan yang dibicarakan. Komunikasi dikatakan efektif apabila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan dan dalam proses tersebut tercipta sebuah kebersamaan dalam makna yang secara langsung hasilnya dapat diperoleh. Jika setiap anggota kelompok cepat tanggap dan paham terhadap pesan yang dipertukarkan, maka hal tersebut mengindikasikan komunikasi yang dilakukan efektif. Indikatornya dapat dilihat dari pencapaian tujuan komunikasi itu sendiri. Dengan demikian, berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Sebagaimana disebutkan Supratiknya, bahwa komunikasi dikatakan efektif jika penerima menginterpretasikan pesan yang diterimanya sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim.⁴⁸

⁴⁸ A. Supratiknya, Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi (Yogyakarta: Kanisius, 1995), h.

Effendy mengukur efektifnya suatu komunikasi yang timbul dari tiga klasifikasi, yaitu: Pertama, efek kognitif Efek ini berkaitan dengan pikiran, nalar atau ratio. Dengan efek ini diharapkan komunikan yang semula tidak mengerti menjadi mengerti, yang semula tidak tau membedakan mana yang salah dan yang benar. Kedua, efek afektif, yaitu efek yang berhubungan dengan perasaan. Misalnya yang semula tidak senang menjadi senang, yang semula rendah diri menjadi memiliki rasa percaya diri. Ketiga, efek behavioral yakni efek yang menimbulkan etika untuk berperilaku tertentu dalam arti kata melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat fisik atau jasmani.⁴⁹

Dalam kaitannya dengan keefektifan komunikasi kelompok, Jalaluddin Rakhmat menjelaskan bahwa keefektifannya dapat dilacak berdasarkan karakteristik kelompok bersangkutan. Misalnya dari ukuran kelompok dan jaringan kelompok. Pertama, dari ukuran kelompok kata Rakhmat, efektivitas komunikasi dapat dilihat dari tingkat partisipasi anggota kelompok. Karena makin besar ukuran kelompok, anggota yang paling aktif akan makin terpisah dari anggota-anggota kelompok yang lain. Di samping itu, dari kisaran dua sampai tujuh, tampaknya ada penambahan proporsi kelompok yang menjadi kurang menyumbang dalam arti bahwa mereka kurang memberikan sumbangan dibandingkan dengan jumlah volume total interaksi mereka. Kedua, keefektifan komunikasi kelompok dapat diukur dari jaringan kelompok dan kohesi kelompok, yaitu apakah anggota kelompok itu tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegahnya meninggalkan kelompok.⁵⁰

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi kelompok terdapat beberapa unsur, di antaranya adalah komunikasi lisan, kepemimpinan, tujuan kelompok, norma kelompok, peranan, kohesivitas kelompok dan situasi

⁴⁹ Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 219.

⁵⁰ Rakhmat, Psikologi, h. 162.

kelompok. Unsur-unsur tersebut harus berkesinambungan dalam rangka mewujudkan komunikasi efektif dalam kelompok dan kelompok yang baik. Dari sini juga dipahami bahwa situasi interaksi para anggota kelompok dapat bervariasi, sehingga kelompok satu dengan yang lainnya dapat berbeda. Komunikasi efektif dapat menjamin solid atau tidak solidnya suatu kelompok.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif yakni komunikasi yang memiliki daya pesan mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikasi. Sebab itu, efektivitas suatu komunikasi dapat diukur berdasarkan pemahaman, kesenangan, keterpengaruhannya terhadap sikap, hubungan yang semakin baik, tindakan, Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari tingkat penerimaan komunikator terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, dikatakan efektif bila komunikasi memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang diterimanya.

Sebagaimana dipahami bahwa komunikasi kelompok bertujuan untuk mencapai dua tujuan yaitu melaksanakan tugas dengan baik pada kelompoknya dan dapat memelihara moral anggota kelompok. Dengan demikian, pencapaian terhadap tujuan tersebut dapat dijadikan sebagai indikasi efektifnya komunikasi yang berlangsung dalam satu kelompok. Sebagaimana disebutkan Marhaeni Fajar, bahwa tujuan pertama kelompok diukur dari hasil kerja kelompok yang disebut prestasi (*performance*), tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfaction*). Jadi bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi, maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok⁵¹

Menurut Jalaluddin Rakhmat, efektivitas komunikasi kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu dari faktor situasional karakteristik

⁵¹ Fajar, Ilmu Komunikasi, h. 71.

kelompok, kedua dari faktor personal karakteristik kelompok.⁵² Diperhatikan dari faktor situasional karakteristik kelompok, dapat diperhatikan lebih khusus lagi bahwa efektivitas komunikasi kelompok sangat erat kaitannya dengan

a. Ukuran kelompok

Ukuran kelompok memiliki hubungan yang erat dengan partisipasi anggota dalam satu kelompok. Makin besar ukuran kelompok, anggota yang paling aktif akan makin terpisah dari anggota-anggota kelompok yang lain, yang makin menyerupai satu sama lain dalam keluaran partisipasinya. Di samping itu, dari kisaran dua sampai tujuh, tampaknya ada penambahan proporsi kelompok yang menjadi kurang menyumbang dalam arti bahwa mereka kurang memberikan sumbangan dibandingkan dengan jumlah volume total interaksi mereka.

b. Jaringan komunikasi

Secara teoritis, terdapat beberapa tipe jaringan komunikasi, diantaranya adalah jaringan roda, rantai, Y, lingkaran, dan bintang. Dalam hubungan dengan prestasi kelompok, tipe roda menghasilkan produk kelompok tercepat dan terorganisir. Jaringan komunikasi merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan efektifitas komunikasi dalam kelompok. Sebagaimana dikutip Sendjaja dari Farace, bahwa kelompok-kelompok cenderung untuk memiliki struktur internal, yang dibagi menjadi tiga. Pertama, struktur komunikasi atau jaringan kerja mikro, yaitu pola-pola interaksi didalam kelompok. Pertanyaan yang muncul disini adalah siapa berkomunikasi dengan siapa didalam kelompok? Jenis struktur kedua adalah struktur kekuasaan. Disini pertanyaannya adalah siapa memiliki kekuasaan atas siapa? Jenis struktur ketiga yang ditekankan dalam teori ini adalah kepemimpinan. Struktur kepemimpinan berkaitan dengan

⁵² Rakhmat, Psikologi, h. 164

distribusi peran di dalam kelompok, terutama distribusi dari peran-peran yang berhubungan dengan pengaruh antarpribadi dari para anggota kelompok.⁵³

Pada jaringan kerja makro, Farace sebagaimana dikutip Sendjaj mengemukakan bahwa jaringan kerja makro adalah suatu pola yang berulang-ulang dari transmisi informasi diantara kelompok-kelompok dalam suatu organisasi. Jenis-jenis jaringan kerja dapat terjadi dalam suatu organisasi, dan masing-masing mempunyai fungsi tersendiri bagi organisasi. Meskipun demikian terjadi pula sejumlah jaringan tidak resmi atau informal networks, di mana setiap jaringan terjadi dari dua bagian pokok yaitu: para anggota dan rantai/ pertautan/kaitan yang menghubungkannya.⁵⁴

Rantai (links) ditandai oleh lima sifat. Pertama adalah 'simetri' atau tingkat yang menghubungkan para anggota, umumnya berupa suatu rantai interaksi atas dasar keseimbangan/ kesejajaran. Dalam suatu hubungan yang simetris, para anggota memberi dan menerima informasi secara seimbang. Sedangkan rantai yang asimetris sifatnya searah, artinya memisahkan secara tegas pengirim dan penerima informasi. Ciri kedua adalah kekuatan (strength) yang mengacu pada frekuensi interaksi. Orang yang lebih sering berkomunikasi akan memiliki rantai yang lebih kuat daripada orang yang jarang berkomunikasi.

Sifat ketiga adalah resiprositas (timbang-balik), yaitu tingkat kesepakatan para anggota mengenai hubungan mereka. Jika seseorang merasa yakin bahwa dia sering berkomunikasi dengan orang lain, tetapi orang lain menyangkalnya, maka rantai hubungannya tidak resiprokal. Ciri keempat adalah isi (content) yang merupakan esensi dari interaksi. Hal ini menyangkut apakah komunikasi yang dilakukan terutama mengenai pekerjaan, masalah sosial atau materi lainnya. Dengan mengamati isi dari berbagai rantai dari suatu jaringan, kita dapat

⁵³ Sendjaja, Teori, h. 168.

⁵⁴ *Ibid*

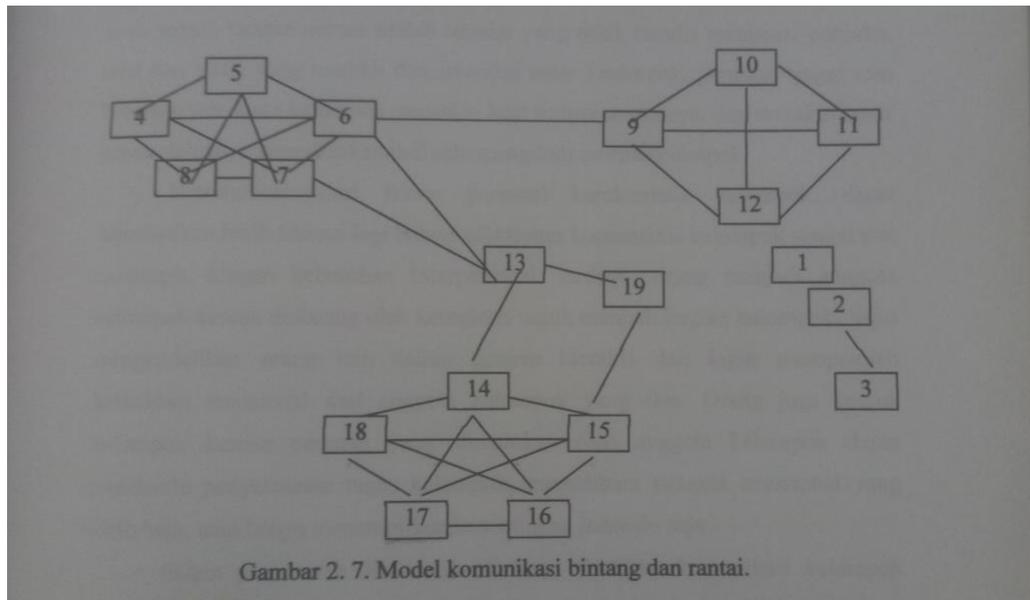
mengenali fungsi keseluruhan dari jaringan. Sifat kelima adalah cara (mode), yaitu bagaimana komunikasi dapat dicapai dan melalui saluran apa.

Jadi suatu jaringan terdiri dari anggota-anggota yang bersama-sama dihubungkan dalam berbagai cara untuk berbagi informasi. Dalam pengertian jaringan, kelompok ditandai oleh empat kriteria yaitu:

1. Lebih dari separuh aktivitas komunikasi yang dilakukan kelompok berada didalam kelompok;
2. Setiap individu harus dikaitkan dengan individu lain dalam kelompok;
3. Kelompok tidak akan hancur oleh keluarnya satu orang atau rusaknya satu rantai hubungan;
4. Kelompok harus memiliki minimal tiga anggota.

Keempat kriterin ini akan membuat kelompok relatif stabil. Jadi suatu jaringan adalah suatu rangkaian kelompok-kelompok dan anggota-anggota yang saling berkaitan. Dua peran lain yang juga penting dalam struktur jaringan adalah peran penghubung (liaison) dan jembatan (bridge). Bridge adalah anggota kelompok yang juga berhubungan dengan kelompok lainnya. Sementara liaison bukan anggota dari kelompok manapun, meskipun dia menghubungkan dua kelompok atau lebih. Gambar berikut ini menunjukkan aspek-aspek dari struktur

jaringan, yang memberikan suatu logika untuk mengamati struktur dan fungsi organisasi dalam pengertian komunikasi.



c. Kohesivitas

Kohesivitas kelompok mengacu pada sejauh mana anggota kelompok saling tertarik satu sama lain dan merasa menjadi bagian dalam kelompok tersebut. Dalam kelompok yang kohesivitasnya tinggi, setiap anggota kelompok itu mempunyai komitmen yang tinggi untuk mempertahankan kelompok tersebut. Kelompok-kelompok yang berbeda dalam kohesivitasnya, dan banyak yang tidak pernah mencapai dalam tingkat kelompok yang mempunyai daya tarik tertentu dan komitmen bersama yang merupakan ciri kohesivitas yang kuat. Kohesivitas yang lebih besar terutama berkembang dalam kelompok yang relatif kecil dan mempunyai organisasi yang lebih bersifat kerjasama daripada persaingan. Kesempatan saling berinteraksi antara para anggotanya secara lebih sering membantu berkembangnya kohesivitas kelompok tersebut.

Kohesivitas yang lebih besar terdapat dalam kelompok yang mempunyai lebih banyak kemiripan sikap, pendapat, nilai dan perilaku di antara para anggotanya. Pada tahap awal perkembangan kelompok tingkat kemiripan tadi

mengurangi kemungkinan terjadinya pertentangan yang mungkin memecah kelompok tadi menjadi fraksi-fraksi yang lebih kecil atau menghancurkannya sama sekali. Norma-norma adalah standar yang tidak tertulis mengenai perilaku, nilai dan sikap yang tumbuh dan interaksi antar kelompok. Semakin tinggi rasa kebersamaan suatu kelompok, semakin kuat norma-normanya, dan semakin besar kemungkinannya memaksakan individu mengikuti norma kelompok

Diperhatikan dari faktor personal karakteristik kelompok, dapat diperhatikan lebih khusus lagi bahwa efektivitas komunikasi kelompok sangat erat kaitannya dengan kebutuhan interpersonal. Artinya, orang menjadi anggota kelompok karena didorong oleh keinginan untuk menjadi bagian kelompok, ingin mengendalikan orang lain dalam tatanan hierarkis dan ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok yang lain. Orang juga masuk kelompok karena peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara suasana emosional yang lebih baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja.

Selain yang telah disebutkan di atas, efektivitas komunikasi kelompok sangat erat juga kaitannya dengan kredibilitas para komunikator dalam kelompok yang bersangkutan. Komunikator dalam komunikasi kelompok cenderung dikenal dengan pemimpin. Tetapi dalam kelompok terlihat jelas, bahwa kualitas pemimpin sama pentingnya dengan peranan-peranan seluruh anggota kelompok, karena peranan ini menentukan tercapainya tujuan suatu kelompok. Menurut Goldberg dan Larson, beberapa peranan peserta kelompok yang sesuai dengan peranan komunikator dalam komunikasi kelompok yaitu: Pertama, pencetus dan penyumbang. Pencetus dan penyumbang adalah peserta komunikasi kelompok yang memiliki peran menyampaikan ide dan informasi baru bagi seluruh anggota kelompok untuk menyampaikan visi misi, memberikan pemahaman baru atau masukan untuk pemecahan suatu masalah. Kedua, pemberian informasi. Pemberian informasi adalah peserta komunikasi yang memberikan fakta atau

generalisasi yang dapat dipercaya, atau menghubungkan pengalaman pribadi secara tepat pada masalah yang sedang dibahas dalam pesan-pesan komunikasi kelompok. Ketiga, pengulas. Komunikator sebagai pengulas berarti peranan mereka dalam menguraikan ide kepada komunikan dengan memberikan contoh atau pengertian yang telah didlami. Komunikator menyajikan suatu pemikiran atau saran yang nantinya akan dianut oleh anggota kelompok. Keempat, pengarah. Pengarah adalah peranan peserta komunikasi dalam mendefinisikan posisi kelompok berdasarkan tujuan kelompok serta menunjukkan jika terjadi penyimpangan dari tujuan dan prinsip dalam suatu kelompok.⁵⁵

Melihat pentingnya peran komunikator dalam komunikasi kelompok, maka seorang komunikator harus mempunyai pengetahuan, keahlian, atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikan sehingga pihak penerima menjadi percaya bahwa pesan yang disampaikan itu bersifat objektif. Kredibilitas komunikator dinilai dari tiga faktor yaitu:

- a. Keahlian, adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan seorang komunikator dalam menyampaikan informasi atau topik yang disampaikan pada komunikan. Seorang komunikator harus mempunyai pengetahuan dan keahlian di bidang tertentu. Khususnya bidang yang berhubungan dengan pesan yang disampaikan kepada komunikan.
- b. Kepercayaan, seorang komunikator harus dinilai jujur dan punya integritas serta dipercaya oleh komunikan. Komunikator dituntut untuk mampu dipercaya dan mengkomunikasikan pendiriannya tanpa prasangka. Sumber yang dapat dipercaya akan lebih mudah meyakinkan komunikan.
- c. Empati, kepekaan sosial juga harus dimiliki oleh seorang komunikator. Perbedaan strata sosial dan kondisi yang sedang dialami oleh orang lain

⁵⁵ Goldberg dan Larson, Komunikasi, h. 119.

harus dapat dirasakan oleh seorang komunikator. Rasa empati diperlukan agar komunikasi secara tatap muka yang dibangun dapat berjalan efektif.

Komunikator memiliki peranan penting dalam menentukan keefektifan komunikasi yang dilakukan. Keberhasilan komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk mempengaruhi komunikan sebagaimana arah perubahan yang diinginkan.

Karakteristik komunikator yang mencakup keahlian dan kredibilitas, daya tarik dan kepercayaan, merupakan faktor yang sangat berpengaruh dan menentukan keberhasilan komunikasi kelompok. Tidak jauh berbeda dengan Sendjaja yang juga menjelaskan efektivitas komunikasi sangat erat kaitannya dengan komunikator yang dibaginya juga kepada tiga karakteristik, yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuatan atau kekuasaan komunikator.⁵⁶

Seorang komunikator harus dinilai punya pengetahuan, keahlian, atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikan sehingga pihak penerima menjadi percaya bahwa pesan yang disampaikan itu bersifat objektif.

Kredibilitas komunikator meliputi: Pertama, keahlian, yaitu kemampuan untuk menyampaikan informasi atau topik kepada anggota kelompok. Kedua, kepercayaan, di mana seorang komunikator harus dinilai jujur dan punya integritas serta dipercaya oleh komunikan. Komunikator dituntut untuk mampu dipercaya dan mengkomunikasikan pendiriannya tanpa prasangka. Sumber yang dapat dipercaya akan lebih mudah meyakinkan komunikan.

Daya tarik komunikator di mata komunikan merupakan modal yang penting dalam mencapai keefektifan komunikasi. Komunikator yang dinilai menarik penyampaian pesannya akan lebih efektif dan efisien, karena terjadi proses identifikasi yang bersifat kontemporer dalam diri pihak penerima.

⁵⁶ Sendjaja, Teori, h. 92.

Menurut Tan sebagaimana dikutip Suranto, daya tarik komunikator meliputi tiga hal yaitu: 1) daya tarik fisik. Kecenderungan masyarakat umum menilai bahwa seseorang dengan fisik yang menarik akan mudah mendapatkan simpati sehingga sangat efektif untuk mempengaruhi 2) Kesamaan keyakinan, prinsip atau pandangan dalam hidup antara komunikator dan komunikan merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi. 3) keakraban yang pada dasarnya seorang komunikan akan lebih menyukai komunikator yang memiliki hubungan erat dengan dirinya. Hubungan erat ini juga menentukan keefektifan komunikasi, karena komunikator terus berusaha mendekati diri dengan komunikannya, sehingga dapat lebih memperoleh tanggapan yang positif.

Efektivitas komunikasi kelompok dapat juga dipengaruhi oleh kekuatan atau kekuasaan komunikator. Kekuasaan komunikator dapat diterima melalui empat cara, yaitu: 1) kharisma. Seseorang yang tergolong kharismatik mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi orang lain. 2) wibawa otoritas, dan faktor ini berkaitan dengan kedudukan atau jabatan yang dimiliki oleh seseorang. Komunikator yang memiliki kedudukan dalam suatu kelompok, memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi orang lain dalam kelompok tersebut. 3) kompetensi atau keahlian, kompetensi merangkap dua karakteristik, yaitu kredibilitas dan kekuasaan. Kompetensi adalah sesuatu yang bisa dipelajari dan bukan bawaan ataupun pemberian. Kompetensi komunikator dalam bidang tertentu yang diakui oleh semua orang akan membuat komunikator secara tidak langsung memiliki kekuasaan dan pengaruh yang kuat dalam diri komunikan hingga akhirnya pesan yang disampaikan akan cepat dipahami dan dilaksanakan. 4) pemenuhan, komunikator dinilai memiliki kekuatan jika mampu memberikan imbalan atau sanksi kepada komun.

B. Komunikasi Kelompok Dalam Perspektif Islam

Manusia sebagai makhluk sosial, tentu tidak terlepas dari hubungan antara satu dengan yang lainnya. Saling bergaul dengan sesama manusia lain, sangat berkaitan erat dengan kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan bentuk awal dari interaksi sosial. Adanya kontak sosial dan hubungan-hubungan sosial yang terbentuk demikian luas dan banyak memberikan manfaat bagi kehidupan manusia berawal dari terjalannya komunikasi. Kehidupan bersama bisa terwujud karena adanya komunikasi yang baik dan mampu menciptakan kedamaian dan kemaslahatan bersama. Hal ini dikuatkan dari fakta keberhasilan Rasulullah saw. dalam membangun sejarah peradaban masyarakat madani.

Selain penerapan prinsip-prinsip Alquran secara konsisten, keberhasilan Rasulullah Saw dalam membangun masyarakat Madinah, merupakan indikasi kepiawaian beliau dalam memadukan pendekatan nilai-nilai sosial, religius dengan budaya masyarakat setempat. Karena ketiganya, merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam membangun masyarakat yang beradab. Sebagaimana ditegaskan Imtiaz Hasnain, bahwa salah satu aspek dari perspektif Islam terhadap komunikasi ialah penekanannya pada nilai-nilai sosial, religius, dan budaya. Aspek ini kata Hasnain sekaligus yang membedakan pendekatan komunikasi Barat dengan Komunikasi Islam. Karena komunikasi Barat pada umumnya, meremehkan fungsi kemasyarakatan komunikasi dan mengabaikan peranan struktur sosial dan budaya, 85

Pendapat tersebut dikuatkan oleh Majid Tehranian, yang mengemukakan bahwa teori-teori komunikasi yang dikembangkan para pakar komunikasi Barat lebih menekankan aspek empirikal serta mengabaikan aspek normatif dan historikal. Teori yang dihasilkan melalui pendekatan seperti ini diyakini sejumlah kalangan sangat bersifat *premature universalism* dan *naive empirism*. Dalam konteks demikian Majid Tehranian, menguraikan bahwa pendekatan ini tidak sama implikasinya dalam konteks kehidupan komunitas lain yang memiliki latar belakang yang berbeda, sehingga dalam perspektif Islam, komunikasi haruslah

dikembangkan melalui Islamic *world-view* yang selanjutnya menjadi azas pembentukan teori komunikasi Islam. 86

Mengikuti pendapat di atas, maka ketika berbicara tentang komunikasi perspektif Islam, tentu tidak terlepas dari Alquran, Hadis dan sejarah Rasulullah saw karena itu merupakan Islamic *world-view*. Sebab keilmuan Islam senantiasa didasarkan pada kajian Alquran, Hadis dan sejarah Nabi. Dari sudut kajian ke-Islaman, dipahami bahwa proses komunikasi juga digambarkan pada saat Allah mengajarkan kepada Nabi Adam tentang nama-nama seluruh benda. Proses pengajaran yang dilakukan Allah swt. kepada Adam, merupakan peristiwa pentransmisi informasi. Maka ditegaskan dalam surah Ar Rahman, bahwa yang mengajari manusia berkomunikasi adalah Allah swt. Kedua ayat ini mengisyaratkan, bahwa sumber utama yang menjadi komunikator dalam kajian keislaman adalah Allah swt.

Dalam Alquran banyak dijumpai ayat-ayat yang memuat makna penyampaian informasi atau susunan redaksinya mengindikasikan penyampaian informasi atau komunikasi. Kata *qaul*, *qala* dalam berbagai bentuknya diartikan dengan perkataan. Kata *khobar* dalam berbagai derivasinya diartikan dengan informasi, atau menginformasikan. Kata *naba* dengan berbagai bentuknya juga diartikan dengan berita, atau beritakan. Istilah *al ittisal* yang diderivasi dari kata *wasola* berarti sampaikan. Term ini terdapat dalam Alquran surah Al Qasar ayat

51. Kata *balligu* (sampaikanlan), *bassiru* (kabarkanlan) adalah term-term lain dalam Alquran yang menjelaskan tentang kegiatan komunikasi. Atas dasar itu, dapat ditegaskan bahwa Alquran sangat banyak membicarakan komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan manusia dan disebut dalam Alquran adalah komunikasi kelompok. Bahkan secara praktikal, komunikasi kelompok pernah dilakukan Rasulullah saw dengan membentuk halagah-halagah yang tidak hanya sekedar berfungsi sebagai tempat pengkajian ilmu-ilmu keislaman, tetapi sekaligus sebagai wadah untuk penyiaran Islam. Terminologi

Masih banyak ayat-ayat lain yang menjelaskan terjadinya proses komunikasi kelompok. Misalnya, kata *ya ayyuhannas* dan *ya ayyuhalazina amanu* juga merupakan gambaran komunikasi yang dilakukan Tuhan kepada kelompok manusia dan kelompok orang-orang beriman. Jika diperhatikan, kata-kata ini sangat banyak dalam Alquran dan dijelaskan dalam konteks yang berbeda-beda. Misalnya, yang terdapat dalam surah Al Baqarah ayat 183 yang membicarakan puasa. Ayat tersebut menggambarkan bagaimana Tuhan berdialog dengan kelompok orang-orang beriman. Tujuan yang ingin dicapai dari dialog tersebut sudah sama-sama diketahui, yaitu bahwa puasa bertujuan untuk menjadikan orang beriman menjadi orang bertakwa.

Sebagai landasan filosofis komunikasi Islam, maka dari ayat di atas dipahami bahwa komunikasi Islam tidak hanya menekankan kemaslahatan bagi komunikator, tetapi menekankan juga pada kemaslahatan komunikan. Artinya, bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki tujuan dalam rangka menciptakan kebaikan bersama. Kebaikan tersebut tidak hanya sebatas di dunia, tetapi sampai kepada kehidupan akhirat. Sebab itu, dalam komunikasi Islam, seorang komunikator pada praktik penyebaran informasi dituntut untuk menghindari kebohongan yang dimungkinkan dapat merugikan komunikator. Hal ini dapat diperhatikan dari bahasa Alquran yang sunyi dari kebohongan dalam mengajak manusia dengan bahasa yang benar (*qowlan sadida*) sehingga berbekas pada jiwa manusia. Tidak hanya sekedar menghindari kebohongan, tetapi komunikasi Islam mengajarkan agar senantiasa menjaga keabsahan pesan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi Islam yang dikembangkan para pemikir awal kajian ini, bertujuan untuk menjadikan komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif, terutama dalam menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang bersesuaian dengan fitrah penciptaan manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah manusia, diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap kesejahteraan manusia

di permukaan bumi. Maka yang menjadi landasan utama komunikasi Islam adalah Alquran dan Hadis, sehingga dalam perspektif ini komunikasi Islam disebut sebagai sebuah proses penyampaian atau tukar menukar informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi nilai dilandaskan kepada Alquran dan Hadis.

C. Model Komunikasi Pembangunan

Effendy mengartikan komunikasi pembangunan sebagai proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah. Menurut Mardikanto, komunikasi pembangunan merupakan proses interaksi seluruh warga masyarakat (aparatus pemerintah, penyuluh, tokoh masyarakat, L.S.M, individu atau kelompok/organisasi sosial) untuk menumbuhkan kesadaran dan menggerakkan partisipasi melalui proses perubahan terencana demi tercapainya mutu-hidup secara berkesinambungan, dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih,⁹³

Zukarimein Nasution menjelaskan, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan: terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan. Usaha-usaha pembangunan suatu masyarakat selalu ditandai oleh adanya sejumlah orang yang mempelopori, menggerakkan dan menyebarluaskan proses perubahan. Orang-orang tersebut dikenal dengan sebutan agen perubahan (*change agents*),⁹⁴

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pembangunan adalah proses interaksi dan penyebaran informasi secara timbal balik antara

pihak-pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan (pemerintah, masyarakat, dan lembaga kemasyarakatan) sejak tahap perencanaan, pelaksanaan hingga penilaian pembangunan. Komunikasi pembangunan dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Dalam proses komunikasi pembangunan, pemerintah atau pihak-pihak yang memiliki ide-ide tentang pembangunan dapat berperan sebagai sumber pesan. Pesan tersebut disebarkan kepada komunikan (penerima pesan) oleh komunikator melalui suatu saluran atau media dengan efek tertentu. Dalam proses komunikasi dapat terjadi umpan balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator sebagai reaksi atas pesan-pesan pembangunan yang disampaikan. Umpan balik tersebut dapat dilakukan langsung oleh komunikan (*feedback external*) ataupun diinterpretasikan sendiri oleh komunikator (*feedback inferensial*). Menurut Sumarto, komunikasi pembangunan melibatkan stakeholders pembangunan, yaitu semua individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat atau dipengaruhi (secara positif maupun negatif) oleh suatu kegiatan atau program pembangunan. 95

Pembangunan memerlukan adanya pihak-pihak yang selalu mendorong ke arah perubahan (modernisasi). Menurut teori Propensity of Change yang dikenalkan Lerner, modernisasi suatu bangsa ditandai terjadinya urbanisasi (*urbanization*). Urbanisasi akan meningkatkan melek huruf (*literacy*), lalu meningkatkan penggunaan media (*media participation*), selanjutnya akan meningkatkan partisipasi politik masyarakat (*political participation*). Terjadinya perubahan tersebut, mendorong masyarakat untuk berpotensi menjadi agen-agen perubahan di lingkungannya dan itu ditunjukkan aspek urbanisasi, pendidikan, akses kepada media dan partisipasi pada organisasi sosial politik."

Dalam komunikasi pembangunan, individu memiliki peran yang sangat penting. Peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu yang lain. Hubungan tersebut

ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi yang membentuk suatu pola komunikasi. Pola komunikasi di masyarakat dapat dilakukan dengan mengidentifikasi bagaimana penyebaran informasi di masyarakat, siapa yang menjadi sumber informasi, di mana pusat- pusat penyebaran informasi, dan saluran komunikasi apa yang dipergunakan. Oleh karena komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan, maka proses penyebaran informasi yang membentuk pola komunikasi tercermin dalam keseluruhan tahapan komunikasi pembangunan yang sejalan dengan tahapan manajemen pembangunan, yaitu meliputi kegiatan-kegiatan: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*).

Menurut Siswanto, pada tahap perencanaan kegiatan komunikasi terkait dengan aktivitas prakiraan, penetapan tujuan, pemrograman, penjadwalan, penganggaran, pengembangan prosedur, serta penetapan dan iterpretasi kebijakan (*establishing and interpreting policies*) atas dasar kondisi yang ada. Dalam kegiatan perencanaan diperlukan adanya sosialisasi untuk menyampaikan informasi, membangun kesadaran publik, menampung aspirasi dan *feedback*, serta peningkatan partisipasi warga. Inisiasi merupakan bentuk sosialisasi yang dimaksudkan untuk menghimpun fakta, menjaring inisiatif, berbagi peran atau bersifat konsultatif. Pada tahap pengorganisasian terkait dengan aktivitas: pembagian kerja (*division of labor*), departementalisasi (*departementalization*), rentang kendali (*span of control*) dan delegasi. Pada tahap penggerakan (*actuating*) merupakan usaha untuk menggerakkan anggota kelompok. Pada tahap pengawasan, kegiatan komunikasi terkait dengan laporan akuntabilitas, yang meliputi akuntabilitas keuangan (laporan keuangan), akuntabilitas manfaat

(evaluasi kegiatan), dan laporan prosedural (pelaksanaan kebijakan, misalnya progres fisik).

97

Dalam pembangunan, komunikasi merupakan suatu proses penyebaran informasi, sehingga diperlukan saluran komunikasi untuk menyampaikan inovasi pembangunan. Sebab itu, penyediaan forum komunikasi menjadi saluran yang memungkinkan terjadinya proses penyebaran informasi dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Forum komunikasi merupakan bagian utama dari model komunikasi pembangunan. Penyediaan forum komunikasi bagi terjalannya suatu komunikasi yang intensif antara pemerintah dan segenap elemen masyarakat dalam proses pembangunan adalah suatu kebutuhan yang sangat vital. Melalui forum tersebut, pemerintah dapat menyampaikan/menyebarkan pesan-pesan pembangunan, sekaligus mendengar berbagai masukan dan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atas pesan-pesan yang disampaikan/disebarkan tersebut.

Sebagaimana dijelaskan Sumarto bahwa forum komunikasi atau forum warga sebagai suatu forum konsultasi dan penyaluran aspirasi warga untuk urusan pembangunan dan pelayanan publik di tingkat lokal. Forum komunikasi dipergunakan untuk merumuskan permasalahan bersama, mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi komunitas, sekaligus menjadi media resolusi konflik di tingkat lokal. Dengan demikian, komunikasi pembangunan akan lebih efektif apabila dapat memanfaatkan kelompok-kelompok lokal sebagai forum komunikasi yang memang telah secara rutin dihadiri oleh warga, dan wargapun memiliki ikatan yang kuat terhadap kelompok tersebut. Selain RT/RW, lembaga- lembaga keagamaan, seperti jama'ah masjid/musholla, jamaah majelis ta'lim, jamaah wirid yasin, dan sebagainya dapat dijadikan sebagai forum komunikasi. Hubungan masyarakat dengan kelompok-kelompok keagamaan diyakini sangat kuat, karena masyarakat menyadari pentingnya menjalankan ajaran agama.

D. Pembangunan Dalam Perspektif Islam

Bila dirujuk tujuan pembangunan nasional Indonesia, dapatlah dipahami bahwa pembangunan bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur, merata material dan spritual berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Ini artinya bahwa pembangunan bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat secara lahiriah maupun batiniah. Taraf hidupnya meningkat, dan yang jelas lebih baik di masa yang akan datang. Jadi pembangunan dipahami sebagai upaya melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Dalam pandangan Islam, perubahan disebut taghyir. Taghyir yang diharapkan adalah tercapainya keseimbangan antara pembangunan fisik material dan spritual. Ini disebutkan Allah swt. dalam surah Ar Ra'du ayat 11.

لَهُ مُعَوَّلَاتٌ تَمِمْ نَبَّ بِنْدِيهِ وَمَنْ خُلِّفَتْ حَفْظُونَهُمْ أَنْ أَمْرًا لِيَنَّ لِي يُغَيِّرَ مَا بَقِيَ وَ، حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَمَ إِذَا أَرَادَ اللَّهُ
بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ، وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَال

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.⁹⁹

Pada ayat di atas, Allah swt. tegas menyebutkan bahwa keadaan satu kaum tidak akan dirubah-Nya, selama mereka tidak merubah sebab-sebab kemunduran mereka. Ayat ini mendorong agar manusia melakukan perubahan, dan perubahan itu hanya dapat dilakukan jika manusia melakukan pembangunan. Maka dalam

pandangan Islam, pembangunan yang diharapkan adalah pembangunan yang memberikan perubahan dari satu keadaan kepada keadaan yang lebih baik. Karena yang demikian merupakan sebuah keperluan yang dicari-cari oleh manusia. Pembangunan yang dicita-citakan dan ingin digerakkan adalah pembangunan yang tidak bertentangan dengan fitrah kejadian manusia. Hal ini erat kaitannya dengan firman Allah swt. dalam surah as-Sajadah ayat 7-9.

الَّذِي أَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلَقَهُ، وَبَدَأَ خَلْقَ الْإِنْسَانِ مِن طِينٍ، (٧) ثُمَّ جَعَلَنَّا سُلَلًا، ۖ وَإِن مِّن مَّا ء
 ءِ مِن شَيْءٍ إِلَّا لَدِنَّا إِخْبَارٌ، (٨) ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ، وَجَعَلَنَّا لَكُمُ الْمَسْمُوعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ (٩)

Yang membuat segala sesuatu yang dia ciptakan sebaik-baiknya dan yang memulai penciptaan manusia dari tanah. Kemudian dia menjadikan keturunannya dari saripati air yang hina. Kemudian dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur. 100

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia dijadikan dari dua unsur yaitu jasad dan roh. Dengan demikian dapatlah dipahami bahwa pembangunan harus sesuai dengan fitrah kejadian manusia yaitu pembangunan aspek jasmani (fisikal) dan aspek rohani (spiritual). Kedua aspek pembangunan tersebut harus seimbang agar tercipta manusia seutuhnya. Pembangunan jasmani meliputi pembangunan yang diperlukan oleh jasad manusia, yaitu tempat tinggal, peralatan, kesehatan, alat-alat komunikasi, pengangkutan dan sebagainya. Sedangkan pembangunan rohani meliputi pembangunan mental, jiwa, sikap dan emosi dalam diri manusia itu sendiri.

Ayat di atas juga memberikan pemahaman bahwa pembangunan dalam perspektif Islam adalah pembangunan yang berkeadilan. Pemihakan Islam kepada keadilan dan keseimbangan, baik keseimbangan antara pembangunan fisik material maupun spritual menjadi ciri utama pembangunan yang Islami.

Ciri-ciri tersebut sekaligus sebagai landasan falsafah pembangunan dalam Islam. Oleh Quraish Shihab menjelaskan prinsip utama yang menjadi landasan pembangunan, yaitu tauhid, *rububiah* (ketuhanan), khalifah dan *tazkiyah* (penyucian), 101

Merujuk kepada pendapat di atas, maka dapat dipahami bahwa pembangunan Islam mencakup aspek lahir maupun batin, material maupun spritual, Dengan demikian tujuan pembangunan Islam yaitu: pertama, membangun sumber manusia penggerak pembangunan yang mengadakan perubahan dipermukaan bumi ini dengan landasan iman dan takwa. Kedua, bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup yang mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan kualitas diri dari segi moral, akhlak dan sikap, peningkatan merupakan perubahan yang terjadi dalam hubungan sosial atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan, 102

Setiap manusia selama hidup pasti mengalami perubahan-perubahan. Perubahan dapat berupa pengaruhnya terbatas maupun luas, perubahan yang lambat dan ada perubahan yang berjalan dengan cepat. Perubahan dapat mengenai nilai dan norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan sebagainya. Perubahan perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan gejala yang normal. Pengaruhnya bisa menjalar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern. 103

Soerjono Soekanto membagi secara umum penyebab perubahan sosial budaya kepada dua golongan besar, yaitu: perubahan yang berasal dari masyarakat itu sendiri dan perubahan yang berasal dari luar masyarakat, 104 Pertama. perubahan yang berasal dari masyarakat karena disebabkan oleh bertambah dan berkurangnya penduduk. Perubahan jumlah penduduk merupakan penyebab terjadinya perubahan sosial, seperti penambahan atau berkurangnya penduduk pada suatu daerah tertentu. Bertambahnya penduduk pada suatu daerah

dapat mengakibatkan perubahan pada struktur masyarakat, terutama mengenai lembaga-lembaga kemasyarakatan. Sementara pada daerah lain terjadi kekosongan sebagai akibat perpindahan penduduk tadi. Perubahan masyarakat bisa juga disebabkan karena penemuan-penemuan baru akibat perkembangan ilmu pengetahuan, baik berupa teknologi maupun berupa gagasan-gagasan yang menyebar ke masyarakat, dan kemudian dikenal, diakui, dan selanjutnya diterima oleh masyarakat sehingga menimbulkan perubahan sosial. Kedua, perubahan yang berasal dari luar masyarakat seperti terjadinya perubahan lingkungan alam fisik yang ada disekitar manusia. Menurut Soerjono Soekanto sebab yang bersumber pada lingkungan alam fisik yang kadang-kadang disebabkan oleh tindakan para warga masyarakat itu sendiri. Misalnya, penebangan hutan secara liar oleh segolongan anggota masyarakat memungkinkan untuk terjadinya tanah longsor, banjir dan lain sebagainya. Kemudian peperangan yang terjadi dalam satu masyarakat dengan masyarakat lain menimbulkan berbagai dampak negatif yang sangat dahsyat karena peralatan perang sangat canggih. Disamping itu, pengaruh kebudayaan masyarakat lain akan menyebabkan saling pengaruh. Selain itu pengaruh dapat berlangsung melalui komunikasi satu arah yakni komunikasi masyarakat dengan media-media massa.

Ditinjau dari bentuk perubahan yang terjadi, Soerjono Soekanto membaginya kepada tiga bentuk, yaitu perubahan lambat dan perubahan cepat, perubahan kecil dan perubahan besar, perubahan yang dikehendaki dan yang tidak dikehendaki, 105

Pertama, perubahan lambat dan perubahan cepat, yaitu perubahan yang memerlukan waktu yang lama, rentetan rentetan perubahan kecil yang saling mengikuti dengan lambat, dinamakan evolusi. Pada evolusi perubahan terjadi dengan sendirinya tanpa rencana atau kehendak tertentu. Perubahan tersebut terjadi karena usaha-usaha masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan keperluan-keperluan, keadaan-keadaan, dan kondisi-kondisi baru yang timbul

sejalan pertumbuhan masyarakat. Sedangkan perubahan dengan cepat atau revolusioner adalah menyangkut dasar-dasar atau sendi-sendi pokok kehidupan masyarakat. Secara sosiologis agar suatu revolusi dapat terjadi jika masyarakat secara umum ingin berubah dan ada kekuatan yang menggerakkan perubahan tersebut.

Menurut James M. Henslin, terdapat dua tipe teori evolusi mengenai cara masyarakat berubah, yakni teori unilinier dan teori multilinier. 106 Pandangan teori unilinier mengamsusikan bahwa semua masyarakat mengikuti jalur evolusi yang sama. Setiap masyarakat berasal dari bentuk yang sederhana ke bentuk yang lebih merupakan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa dikehendaki atau berlangsung diluar jangkauan pengawasan Masyarakat dan dapat menyebabkan timbulnya akibat-akibat sosial yang tidak diharapkan masyarakat.

E. Teori Difusi Inovasi

Inovasi atau penemuan baru, baik berupa gagasan, tindakan atau benda- benda baru merupakan penyebab terjadinya perubahan sosial bila menyebar ke masyarakat. Penyebaran inovasi tersebutlah yang dikatakan para pakar dengan teori difusi inovasi. Teori ini banyak digunakan dalam komunikasi pembangunan, terutama di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Adapun pakar difusi dan inovasi yang terkenal yaitu Everett M. Rogers yang menulis buku "*Diffusion of Innovation*" dan "*Communication Technology, the New Media in Society*". Di dalam buku-buku tersebut dapat disimak tentang pengertian difusi, unsur-unsur difusi, ciri-ciri inovasi, langkah-langkah dalam proses inovasi, dan lain-lain.

Proses adopsi inovasi adalah salah satu hal yang tetap relevan untuk masyarakat yang sedang berkembang maupun masyarakat maju. Masyarakat bisa dipastikan akan berusaha secara terus-menerus untuk menggantikan cara-cara lama dengan teknik-teknik baru yang lebih relevan dengan perubahan sosial dan

teknologi. Oleh sebab itu, teori difusi inovasi berkaitan erat dengan komunikasi massa, karena komunikasi massa dianggap sebagai salah satu saluran yang sangat penting dalam penyebaran inovasi tersebut. Bila diperhatikan, dapat dipahami bahwa teori difusi inovasi mengandung prinsip komunikasi dua tahap, karena di dalamnya dikenal istilah pemuka pendapat atau yang disebut dengan istilah agen perubahan (*agent of change*). Oleh karena itu teori ini juga sangat menekankan pada sumber-sumber non media, misalnya tetangga, teman, ahli, tokoh masyarakat dan sebagainya.

Menurut Rogers, difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Difusi merupakan proses di mana inovasi tersebar kepada anggota suatu sistem sosial, sedangkan inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak menjadi soal, apakah ide tersebut betul-betul baru atau tidak jika diukur dengan selang waktu sejak digunakan atau ditemukan pertama kali. Kebaruan inovasi itu diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menemukannya, 107

Dari definisi yang disampaikan Rogers terdapat empat unsur utama dalam proses penyebaran dan penerimaan difusi inovasi, yaitu: (1) Inovasi yang (2) dikomunikasikan melalui saluran tertentu (3) dalam jangka waktu tertentu, kepada (4) anggota suatu sistem sosial, 108

1. Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap sebagai suatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain. Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan terhadap pengadopsian suatu inovasi meliputi: 1) keunggulan relatif (*relative*

advantage), yaitu derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. 2) kompatibilitas (*compatibility*), yaitu derajat dimana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*). 3) kerumitan (*complexity*), yaitu derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. 4) kemampuan diuji cobakan (*trialability*), yaitu derajat dimana suatu inovasi dapat diuji coba keunggulannya dalam batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat di uji-cobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. 5) Kemampuan diamati (*observability*), yaitu derajat dimana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi.

2. Saluran komunikasi

Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama (*mutual understanding*) terhadap pesan-pesan yang disampaikan pada saat berkomunikasi. Dengan demikian suatu ide baru (inovasi) saluran komunikasi turut menentukan proses penyebaran inovasi, karena melalui saluran itulah inovasi dapat tersebar kepada anggota sistem sosial. Dalam tahap-tahap tertentu dari proses pengambilan keputusan inovasi, suatu jenis saluran komunikasi tertentu juga memainkan peranan lebih penting dibandingkan dengan jenis saluran komunikasi

lain. Ada dua jenis kategori saluran komunikasi yang digunakan dalam proses difusi inovasi, yakni saluran media massa dan saluran antarpribadi. Saluran media massa dapat berupa radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain, sedangkan saluran antarpribadi dalam proses difusi inovasi adalah dengan melibatkan opinion leader dan sebagainya. Saluran media masa relatif lebih penting pada tahap pengetahuan dan saluran antar pribadi (*interpersonal*) relatif lebih penting pada tahap persuasi. Hal ini disebabkan saluran komunikasi massa dapat membentuk kesadaran (*awareness*) secara serempak dalam waktu singkat dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi.

Tetapi yang jelas, saluran komunikasi massa dan antarpribadi, pada prinsipnya sama-sama penting dalam penyebaran inovasi. Saluran komunikasi massa, misalnya dengan menggunakan iklan dapat diyakini lebih cepat dalam penyebaran informasi tentang inovasi, namun belum tentu dapat membuat inovasi tersebut diadopsi oleh khalayak. Hal itu dikarenakan masyarakat bisa saja tidak tau *precis* resiko dan ketidakpastian dari inovasi yang mereka adopsi. Disinilah pentingnya komunikasi antarpribadi untuk melakukan komunikasi yang lebih persuasif.

3. Kurun waktu tertentu

Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi. Dimensi waktu, dalam proses difusi, berpengaruh dalam tiga hal, yakni: 1) dalam menentukan proses keputusan inovasi. Ketika individu menerima informasi pertama, maka akan terbentuk sikap terhadap inovasi sampai kepada keputusan, apakah menerima atau menolak inovasi. 2) waktu memengaruhi difusi dalam keinovatifan individu atau unit adopsi, sehingga oleh Rogers membagi pengadopsi inovasi itu kepada istilah *innovator* (inovator atau orang yang pertama membawa inovasi), *early adopter* (pengadopsi dini atau orang yang

menerima inovasi), *early majority* (mayoritas dini yang sudah mulai mengadopsi inovasi), *late majority* (orang-orang yang terlambat dalam mengadopsi inovasi), dan *laggard* (orang yang belakangan atau orang yang sulit untuk menerima inovasi). Klasifikasi ini dikarenakan dalam sebuah sistem, individu tidak akan serta merta mengadopsi sebuah inovasi melainkan perlahan-lahan secara berurutan.

3) waktu menentukan kecepatan rata-rata adopsi ide baru. Kecepatan adopsi selalu diukur dengan jumlah anggota suatu sistem yang mengadopsi inovasi dalam periode waktu tertentu.

4. Sistem Sosial

Proses difusi terjadi dalam suatu sistem sosial, yaitu suatu sistem yang saling berhubungan untuk mencapai suatu tujuan. Anggota dari suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, dan organisasi. Proses difusi turut juga dipengaruhi oleh sistem sosial, norma sosial, peran pemimpin dan agen perubahan. Berkaitan dengan hal ini, Rogers (1983) menyebutkan adanya empat faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi. Keempat faktor tersebut adalah: 1) struktur sosial (*social structure*) yang memiliki pola tertentu. Adanya sebuah struktur dalam suatu sistem sosial memberikan suatu keteraturan dan stabilitas perilaku setiap individu dalam suatu sistem sosial tertentu. 2) norma sistem (*system norms*) yaitu suatu pola perilaku yang dapat diterima oleh semua anggota sistem sosial yang berfungsi sebagai panduan atau standar bagi semua anggota sistem sosial. 3) *opinion leaders*, yaitu orang-orang yang dianggap berpengaruh dalam suatu sistem sosial. Dalam kenyataannya, orang berpengaruh ini dapat menjadi pendukung inovasi atau sebaliknya, menjadi penentang. Mereka berperan sebagai model dimana perilakunya diikuti para pengikutnya. Jadi, jelaslah bahwa orang berpengaruh memainkan peran dalam proses keputusan inovasi. 4) *change agent*, yaitu orang-orang yang mampu mempengaruhi sikap orang lain untuk menerima sebuah inovasi. *Change agent*

atau dalam bahasa Indonesia yang biasa disebut agen perubah, biasanya merupakan orang-orang profesional yang telah mendapatkan pendidikan atau pelatihan tertentu untuk dapat memengaruhi sistem sosialnya. Fungsi utama *change agent* adalah menjadi mata rantai yang menghubungkan dua sistem sosial atau lebih. Dengan demikian, kemampuan dan keterampilan *change agent* berperan besar terhadap diterima atau ditolaknya inovasi tertentu.

Di lihat dari unsur-unsur yang terdapat dalam teori difusi inovasi, maka teori tersebut dapat disejajarkan dengan teori atau model komunikasi lainnya, seperti pada model komunikasi S-M-C-R-E. Unsur-unsur kesamaan teori difusi inovasi dengan model komunikasi S-M-C-R-E dapat di lihat pada tabel di bawah

Unsur-unsur dalam model komunikasi S-M-C-R-E	Sumber S	Pesan M	Saluran C	Penerima R	Efek E
Unsur-unsur dalam difusi inovasi	- Penemu - Ilmuwan - Agen pembaru - Pemuka pendapat	Inovasi	Saluran Komunikasi: - Media mass - Media interpersonal	Anggota sistem sosial	Konsekwensi -Pengetahuan -Perubahan sikap -Perubahan tignkah laku

ini. 109

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa inovasi tersebut mungkin berupa sejenis mode, gerakan sosial, bentuk budaya baru, ataupun perkembangan teknologi. Kemudian tanpa komunikasi, inovasi tidak akan dapat tersebar. Inovasi juga terjadi dalam sistem sosial. Sistem sosial yang dimaksud adalah sekumpulan individu yang berbeda fungsinya dan terlibat dalam kegiatan menyelesaikan masalah kolektif. Sistem sosial tersebut bisa saja berupa tradis penduduk tertentu, petani kawasan tertentu dan lain-lain. Penyebaran dan penerimaan inovasi, jelas terjadi sepanjang waktu. Oleh sebab itu, jika seseorang mengkomunikasikan

inovasi kepada orang lain, maka yang terjadi adalah, bisa saja penerimaan atau penolakan.

F. Kajian Terdahulu

Kajian tentang komunikasi kelompok dalam kaitannya dengan pembangunan menjadi fokus penelitian yang terus bergulir di kalangan praktisi maupun akademisi. Para peneliti mencoba melihat komunikasi kelompok dari berbagai sudut pandang yang berbeda-beda, sehingga bermunculanlah sejumlah karya dalam bentuk buku maupun penelitian. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan disampaikan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai rujukan penelitian ini. Sebab penelitian ini memiliki kesamaan dari sisi teori, metodologi, namun berbeda dari segi tujuannya.

Penelitian terkait dengan komunikasi pembangunan misalnya, pernah dilakukan oleh Amir Mahmud dalam bentuk tesis yang berjudul *Model Komunikasi Pembangunan Dalam Penyediaan Prasarana Perdesaan di Kawasan Pesisir Utara Jawa Tengah (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)*. Amir Mahmud melalui penelitiannya fokus untuk melihat model komunikasi yang tepat dilakukan untuk penyediaan prasarana perdesaan. Hasil penelitian Mahmud mengungkap, bahwa model komunikasi yang dilakukan adalah model persuasive, dialogis dan deliberatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik komunikasi dua tahap, persuasif, dialogis dan deliberatif harus sesuai dengan kondisi perdesaan. Hasil penelitian merekomendasikan: 1) perlu penerapan pola komunikasi yang memberi peluang keikutsertaan publik; 2) forum lokal terutama lembaga keagamaan dapat dijadikan sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi prasarana perdesaan karena terbukti lebih fleksibel terhadap prinsip keikutsertaan, keterbukaan, rutinitas dan kohesivitas; 3) kegiatan komunikasi hendaknya

memperhatikan peran tokoh informal sebagai mediator dan komunikator di tingkat lokal, penggunaan pesan yang memperjelas manfaat, akibat, dan dalil penguat, mengedepankan *feedback* dan prinsip permusyawaratan; 4) penyerahan proyek-proyek pemerintah skala desa kepada masyarakat.

Penelitian lain pernah dilakukan Wahyuni Choiriyati dkk dengan judul *Kohesivitas Kelompok Dalam Keyakinan Ahmadiyah*. Penelitian bertujuan untuk mengetahui kohesivitas anggota Ahmadiyah terhadap aliran tersebut. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa dalam dinamika prosesnya, jemaah ahmadiyah menyatu untuk memegang sebuah citra atas visi dengan cara saling membagi tema-tema fantasi mereka. Sebagai konsekuensi visi tersebut, mereka memberikan pencitraan pada hal-hal yang terjadi di masa lampau, masa yang akan datang atau tempat-tempat yang jauh. Hal ini merefleksikan dalam jemaah Ahmadiyah di manapun mereka berada, merasa terikat oleh persaudaraan rohani yang kuat. Visi tersebut juga mengukuhkan keyakinan yang melahirkan perasaan senasib sepenanggungan, persaudaraan rohani dan persaudaraan muslim. 111

Penelitian lainnya pernah dilakukan oleh Andrian Pakaya dkk dengan judul *Pola Penyebaran Informasi Pertanian (Studi Kasus di Desa Botubilotahu Kecamatan Marisa Utara Kabupaten Pohuwato)*. Penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1) Pola penyebaran informasi pertanian; 2) saluran apa saja yang digunakan dalam penyebaran informasi pertanian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pola penyebaran informasi pertanian di Desa Botubilotahu menggunakan saluran komunikasi interpersonal dan saluran komunikasi kelompok; 2) saluran informasi pertanian yang digunakan oleh kelompok petani di desa Botubilotahu menggunakan komunikasi langsung dan komunikasi kelompok, 112

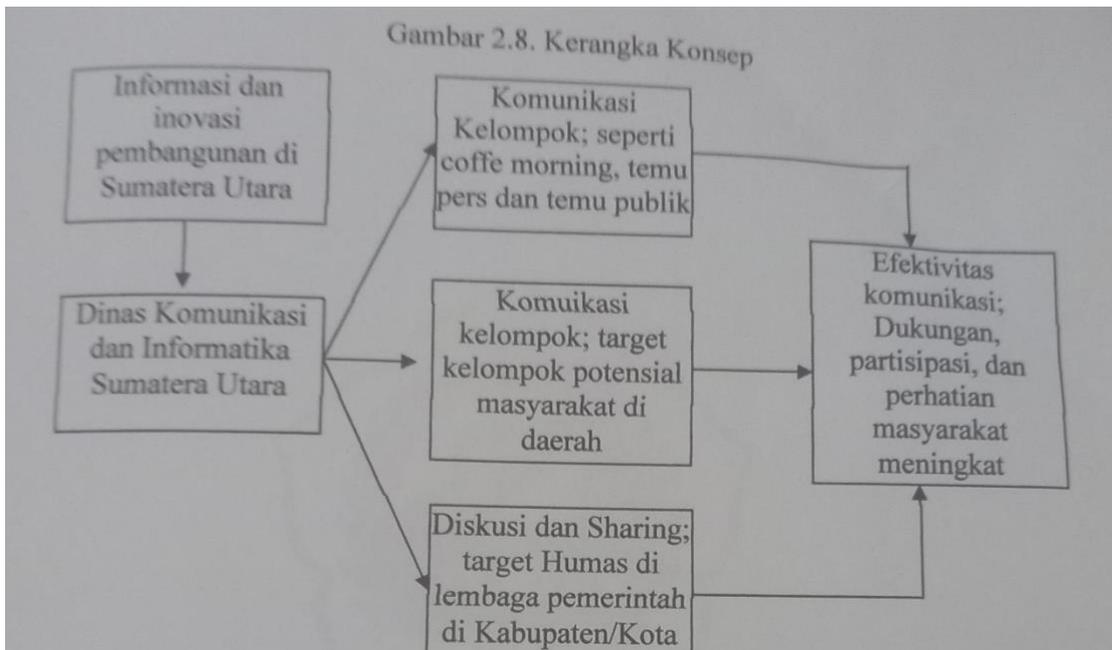
Berdasarkan kajian terdahulu yang telah di uraikan di atas, maka penelitian ini dapat ditegaskan berbeda dari segi tempat maupun tujuannya. Karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas komunikasi kelompok, baik

pada *coffe morning*, temu pers dan jumpa publik yang dilakukan Dinas Kominfo Sumut dalam penyiaran informasi pembangunan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pesan-pesan pembangunan yang disampaikan pada kegiatan komunikasi kelompok tersebut.

G. Kerangka Konsep

Penyebaran inovasi pembangunan adalah proses komunikasi pembangunan yang merupakan aktivitas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Dalam hal ini, yang menjadi corong pemerintah di tingkat provinsi adalah Dinas Komunikasi dan Informatika. Dinas ini bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan menyelenggarakan urusan-urusan publik (*public goods*) seperti penyebaran informasi pembangunan dan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kegiatann pemerintah provinsi. Masyarakat, lembaga kemasyarakatan (*civil society*) baik dari unsur organisasi pemerintah maupun organisasi non pemerintah, adalah *stakeholders* pembangunan dan sekaligus pelaku komunikasi pembangunan pada level masyarakat yang juga dituntut untuk terlibat dalam seluruh tahapan kegiatan pembangunan sejak dari proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan maupun pengawasan, sehingga inovasi pembangunan tercapai secara efektif. Untuk menganalisis persoalan penelitian ini, dirumuskan kerangka pemikiran dalam rangka memudahkan kerja penelitian.

Gambar 2.8. Kerangka Konsep



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan dan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Dengan demikian, tujuan penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan hasil penelitian dan berusaha menemukan gambaran yang konprehensif tentang situasi dan keadaan yang sedang diteliti. Deskriptif sebagaimana dikutip Rakhmat dari Isaac dan Michael, bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.⁵⁷

Basuki mengutip dari Creswell, menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.⁵⁸ Istilah Jalaluddin Rakhmat, penelitian alamiah disebutnya sebagai *naturalistic setting*, karena fokus penelitian adalah pada observasi dan suasana alamiah. Rakhmat juga menegaskan, tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi aktual secara terperinci dengan melukiskan masalah yang ada.⁵⁹

Perspektif yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini adalah perspektif komunikasi, karena peneliti berusaha memahami dan menjelaskan fenomena

⁵⁷ Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), hal. 22.

⁵⁸ Heru Basuki, *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya* (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006), h. 86

⁵⁹ Rakhmat, *Metode*, h. 25.

yang terjadi sesuai dengan pandangan teori-teori komunikasi. Sekaligus, perlu ditegaskan bahwa penelitian ini tidak bermaksud menjelaskan hubungan antarvariabel.⁶⁰ Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dari objek yang diteliti, yaitu efektivitas komunikasi kelompok di kantor Dinas Kominfo Sumut. Komunikasi kelompok yang dimaksud meliputi kegiatan coffee morning, jumpa pers, pemberdayaan KIM dan Humas.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Kominfo Sumut yang beralamat di JJ. H. Muhammad Said No 27 Medan. Untuk menyelesaikan penelitian ini dibutuhkan waktu selama 7 bulan. Gambaran pelaksanaan penelitian ini dapat di lihat pada bagan berikut.

C. Sumber Data

⁶⁰ *Rakhmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2006), h. 69.

Data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data skunder. Data primer adalah data utama yang diperoleh dari informan atau sumber utama penelitian. Sumber utama penelitian, merupakan informan kunci yang diharapkan dapat memberikan data sesuai dengan tujuan yang diinginkan dalam penelitian ini. Informan penelitian diambil dari orang-orang yang dianggap mampu dan berkompeten dalam memberikan data terkait dengan penelitian. Informan tersebut adalah: Kepala Dinas, bagian program Diskominfo Provsu, Seksi Bina Pemberdayaan Media Massa, Kepala Seksi Komunikasi Sosial, Pranata Humas Diskominfo Provsu, Kepala Bidang Aplikasi Telematika.

Sesuai dengan prosedur yang lazim berlaku pada penelitian kualitatif, maka pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposif (bertujuan). Namun demikian, informan sewaktu-waktu dapat bertambah sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Pertambahan informan, sesuai dengan data yang dibutuhkan, sehingga data terpenuhi. Pemilihan informan tambahan, tentu tetap memperhatikan kesesuaian pada arah data yang dibutuhkan, dan kompetensi informan yang dimaksud.

Selain data primer, penelitian ini juga dikayakan dengan data skunder untuk mendukung data primer yang diperoleh dari informan kunci. Data primer diperoleh dengan cara mempelajari, menganalisis segala bentuk dokumentasi milik Dinas Komunikasi dan Informatika, terkait dengan kegiatan-kegiatan penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Data skunder juga diperoleh dari jurnal, tulisan-tulisan ilmiah dan hasil-hasil penelitian yang relevan dan sudah diakui akuntabilitas ilmiahnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah teknik yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Wawancara mendalam (*in depth interview*), Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan informan yang telah dipilih dan ditetapkan dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan Kepala Dinas Kominfo Sumut, pegawai kominfo, bagian kehumasan, tokoh masyarakat, jurnalis dan masyarakat umum. Hal-hal yang diwawancarai, meliputi antara lain yaitu: (1) bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan dalam penyebaran inovasi pembangunan;

(2) tema-tema yang dibicarakan pada kegiatan komunikasi kelompok; (3) tujuan yang diinginkan, (3) respons masyarakat dalam memberikan dukungan kepada pemerintah; (4) hambatan yang dihadapi dalam komunikasi yang dilakukan; (5) strategi komunikasi kelompok yang dilakukan; (6) efektivitas penyebaran inovasi pembangunan yang disampaikan melalui komunikasi kelompok.

2. Observasi atau pengamatan. Observasi dilakukan secara langsung untuk melihat rutinitas komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Kominfo Sumut. Tujuannya adalah untuk melihat secara pasti kegiatan komunikasi kelompok yang dilakukan dan inovasi pembangunan yang disampaikan kepada masyarakat. Hal-hal yang diobservasi terkait dengan pelaksanaan komunikasi kelompok yang rutin dilakukan Dinas Kominfo, bentuk pelaksanaannya, peserta yang hadir pada komunikasi kelompok yang dilaksanakan. Observasi juga dilakukan untuk melihat langsung inovasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Sumatera Utara.

3. Dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk menelusuri kegiatan komunikasi kelompok yang dilakukan Dinas Kominfo Sumut. Dokumentasi yang digunakan berupa gambar, berita-berita terkait dengan kegiatan komunikasi kelompok Dinas Kominfo Sumut dan penelitian terkait yang sudah pernah dilakukan.

E. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif. Analisa data dalam penelitian ini dilakukan berlangsung secara terus menerus mulai dari studi pendahuluan sampai penelitian ini berakhir. Untuk memudahkan analisis data dilakukan tahapan-tahapan yang sesuai dengan arahan Lexy J. Moleong, yaitu:

1. Menelaah dan mempelajari data yang tersedia dari berbagai sumber, baik data yang bersifat primer maupun sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.
2. Mereduksi data dengan membuat rangkuman berupa pernyataan-pernyataan sehingga analisis semakin tajam dan lebih sistematis, Mereduksi bermaksud memilih data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan memisahkan data yang tidak sesuai, sehingga data yang akan dimasukkan ke dalam penelitian adalah data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Menyusun data dalam satuan-satuan analisis. Dalam hal ini, data disusun dan dipilah-pilah, sehingga diketahui secara pasti kecocokan antara satu data dengan data lainnya.
4. Memeriksa kembali keabsahan data sehingga yang dideskripsikan adalah data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
5. Mengambil kesimpulan dengan cara induktif, yaitu kesimpulan yang bertitik tolak dari yang khusus ke umum.⁶¹

F. Teknik Menjaga Keabsahan Data

⁶¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000),

h. 190.

Untuk menjaga keabsahan data digunakan triangulasi sumber, rekam jejak dan deskripsi padat (*thick description*). Pertama, triangulasi sumber merupakan teknik menganalisis jawaban subyektif dengan meneliti kebenaran melalui data empiris (sumber data lain) yang tersedia. Di sini jawaban dari informan di *kroscek* dengan data yang bersumber dari dokumen lainnya.

Kedua, mendeskripsikan secara detail (*thick description*). Artinya, bahwa dalam penelitian ini data diuraikan secara terperinci. Dengan demikian, penyajian data dalam deskripsi hasil penelitian disajikan dengan pendeskripsian sesuai dengan tujuan penelitian, setelah melalui proses klarifikasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk-Bentuk Komunikasi Kelompok yang Dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Utara Untuk Penyebaran Inovasi Pembangunan

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia karena sebagai makhluk sosial, senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Hal ini dilakukan selain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk memenuhi rasa ingin tahu tentang lingkungan sekitarnya. Rasa ingin tahu tersebut akhirnya mendorong manusia untuk berkomunikasi, berkumpul dalam kelompok. Komunikasi juga mendorong ke arah dinamisasi kehidupan yang paralel dengan perkembangan manusia itu sendiri.

Dinamisasi perkembangan masyarakat tidak hanya pada satu titik saja, melainkan meliputi berbagai segi yang melingkupi kehidupan suatu masyarakat, baik dari aspek sosial kemasyarakatan maupun dari sisi kemanusiaan sebagai aktor utama dalam masyarakat. Kemajuan teknologi juga memainkan peran yang sangat signifikan karena dengan kemudahan yang ditawarkannya, turut pula mengubah pola hidup masyarakat. Perubahan pola hidup masyarakat diharapkan mengarah kepada kemajuan dan berdampak positif bagi kehidupan masyarakat.

Kemajuan teknologi tersebut juga mendorong munculnya sebuah inovasi dalam kehidupan masyarakat.

Inovasi merupakan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh manusia atau unit adopsi lainnya. Inovasi sebagai suatu obyek memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia dan tingkat kebaruannya dapat dibedakan. Misalnya, suatu inovasi dapat bersifat baru bagi seseorang atau satu perusahaan, baru bagi pasar, atau negara maupun daerah. Masyarakat yang sedang membangun tentu berkepentingan dengan inovasi, karena inovasi merupakan salah satu faktor pelancar terjadinya perubahan sosial, yang merupakan inti dari pembangunan masyarakat. Sebagaimana yang diamati penulis di Sumatera Utara misalnya, pemerintah provinsi terus mendorong masyarakat untuk mendukung pemerintah provinsi dalam menyukseskan pembangunan daerah Sumatera Utara merupakan provinsi yang terus bergerak melakukan pembangunan. Tujuannya adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan inovasi di dalam masyarakat tersebut. Oleh sebab itu dibutuhkan gagasan-gagasan, penerapan teknologi terkini yang dapat mendukung program pembangunan, dan strategi yang tepat dalam menyukseskan program pembangunan tersebut, karena pada prinsipnya pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana.

Berkaitan dengan inovasi pembangunan yang sedang berkembang, tidak semua masyarakat memiliki informasi yang bagus tentang hal tersebut. Bahkan sebagian masyarakat acuh tak acuh terhadap pembangunan yang dilakukan. Akibat tidak bagusnya pengetahuan masyarakat terhadap inovasi pembangunan. maka tidak jarang masyarakat melakukan resistensi, penolakan dan sebagainya. Oleh sebab itu, agar inovasi pembangunan dapat diterima oleh masyarakat, diharapkan adanya campur tangan lembaga, yang bertindak sebagai *change agent*. Lembaga atau orang yang bertindak sebagai *change agent* tentu diharapkan dari

lembaga atau orang-orang yang memahami atau lebih *well informed* tentang inovasi pembangunan yang akan disebar. Ini menunjukkan, bahwa *change agent* diharapkan dapat menjembatani antara semua kepentingan terhadap pembangunan tersebut.

Dalam konteks kelembagaan di Sumatera Utara, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara yang selanjutnya dalam penelitian ini disingkat dengan Diskominfo Provsu, merupakan salah satu lembaga yang berkompeten dalam menjalankan tugas penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Diskominfo Provsu merupakan elemen penting dalam mewujudkan penyelenggaraan negara, utamanya dalam keterbukaan informasi kepada publik. Publik memiliki hak untuk memperoleh Informasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hak atas Informasi menjadi sangat penting karena makin terbuka penyelenggaraan negara untuk diawasi dan penyelenggaraan negara makin dapat dipertanggungjawabkan. Hak setiap Orang untuk memperoleh Informasi juga relevan untuk meningkatkan kualitas pelibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik. Partisipasi atau pelibatan masyarakat tidak banyak berarti tanpa jaminan keterbukaan informasi publik

Hak setiap orang memperoleh informasi, mendorong badan publik untuk menyediakan dan melayani permintaan informasi secara cepat, tepat waktu, biaya ringan/proporsional, dan cara sederhana. Setiap badan publik mempunyai kewajiban untuk membuka akses atas informasi publik yang berkaitan dengan kegiatan badan tersebut untuk masyarakat luas. Ini disebutkan dalam Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28 F, bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, dan menyimpan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Untuk memberikan jaminan terhadap semua orang

dalam memperoleh informasi, perlu dibentuk undang-undang yang mengatur tentang keterbukaan informasi publik. Fungsi maksimal ini diperlukan, mengingat hak untuk memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia sebagai salah satu wujud dari kehidupan berbangsa dan bernegara yang demokratis.

Dalam rangka mengimplementasikan amanat undang-undang tersebut, maka Diskominfo Provsu turut menyelenggarakan pelayanan informasi yang terbuka bagi publik. Sebagaimana termaktub dalam dokumentasi Diskominfo Provsu, yang menjelaskan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Sumatera Utara mempunyai tugas utama: 1) untuk menyiapkan bahan perumusan kebijakan teknis dalam lingkup komunikasi dan informatika. 2) menyelenggarakan pembinaan pengembangan, humas pimpinan, hubungan kelembagaan dan layanan komunikasi dan informatika. 3) melakukan pengkajian dan evaluasi penyelenggaraan komunikasi dan informatika.

Pelayanan informasi publik merupakan operasional Diskominfo yang menyentuh kepentingan masyarakat dan menyentuh kepentingan pemerintah dalam menjalankan fungsinya sebagai pelayan. Operasional tersebut memudahkan pemerintah dalam menjalankan fungsinya sebagai pengayom, pengatur dan pendorong kemajuan masyarakat.. Untuk menjalankan pelayanan yang optimal kepada masyarakat yang mengharapkan informasi yang transparan, akuntabel dan jelas sumber informasinya, Diskominfo memanfaatkan sistem jaringan informasi yang terkoordinasi antar institusi. Salah satu kebijakan yang dilakukan adalah dengan membentuk Pusat Informasi Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara.

Dalam rangka mendukung penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara, Diskominfo Provsu memilih saluran komunikasi yang relevan dengan konteks Sumatera Utara. Secara teoritis, pemilihan saluran komunikasi adalah sebagai upaya untuk mendukung semakin cepatnya inovasi tersebut sampai

kepada masyarakat. Kesalahan dalam memilih saluran komunikasi sering kali menyebabkan tidak efektif dan efisiennya informasi yang disampaikan.

Dari pengamatan yang dilakukan terhadap aktifitas penyebaran informasi pembangunan yang dilakukan Diskominfo Provsu, penulis memperhatikan ada tiga macam saluran komunikasi yang digunakan, yaitu saluran komunikasi massa, saluran komunikasi antarpersonal dan saluran komunikasi kelompok. Saluran komunikasi massa adalah melalui pemanfaatan media massa lokal, saluran komunikasi antarpersonal melalui pemanfaatan keberadaan tokoh masyarakat, dan saluran komunikasi kelompok melalui memanfaatkan kelompok-kelompok strategis yang ada di masyarakat. Tetapi dari pengamatan yang dilakukan, secara umum penyebaran informasi yang dilakukan Diskominfo Provsu lebih cenderung melalui komunikasi massa dan kelompok, sedangkan komunikasi antarpersonal sangat jarang dilakukan. Dari hasil wawancara yang dilakukan, Diskominfo tidak mengedepankan komunikasi antarpersonal, disebabkan keterbatasan komunikator pembangunan yang ada di dinas tersebut. Selain itu, komunikasi antarpersonal lebih terbatas jangkauannya dan lebih rumit kerjanya, sehingga lebih cenderung menggunakan komunikasi massa dan komunikasi kelompok.

Bila dikaitkan dengan informasi di atas, dapat dipahami bahwa dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara, kurang tepat dilakukan melalui komunikasi interpersonal. Meskipun melalui saluran komunikasi interpersonal dianggap lebih berpeluang untuk mempersuasi atau memotivasi tindakan masyarakat, kemudian masing-masing pihak yang berkomunikasi dapat berkomunikasi secara intensif bertukar peran dan memberikan umpan balik, tetapi saluran tersebut kurang tepat dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Hal tersebut dilandaskan pada alasan: Pertama, jangkauan masyarakat yang dijadikan sebagai sasaran penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara sangat luas. Kedua, saluran komunikasi interpersonal lebih tepat digunakan untuk mengubah sikap serta perilaku individu. Ketiga, tentu sumber

dana dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menyebarkan inovasi pembangunan harus lebih banyak.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, adanya keterbatasan-keterbatasan dana maupun sumber daya manusia, mendorong Diskominfo Provsu lebih cenderung menggunakan komunikasi kelompok dan komunikasi massa sebagai pilihan untuk menyebarkan inovasi pembangunan tersebut.

Ada beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo untuk melakukan penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Diantaranya yang dilakukan ada yang bersifat persuasif kepada para tokoh-tokoh masyarakat, misalnya dengan mengundang para tokoh tersebut dalam kegiatan sosialisasi program pembangunan. Tetapi secara umum yang banyak dilakukan oleh Diskominfo adalah melalui pers, baik surat kabar maupun radio. Diskominfo senantiasa melakukan temu pers dalam rangka menyebarkan informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan pers mengingat jangkauan masyarakat dan daerah Sumatera Utara sangat luas. Bagi masyarakat yang ada di desa-desa yang belum terjangkau surat kabar atau media massa, Diskominfo membentuk (Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang sampai sekarang ini untuk Sumatera Utara jumlahnya baru mencapai 32 KIM. KIM tersebutlah yang menjadi ujung tombak pemberdayaan informasi bagi masyarakat, khususnya di desa-desa. Selain kerjasama dengan pers, Diskominfo juga melakukan penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara melalui kehumasan yang tergabung dalam Badan Koordinasi Humas (Bakohumas), kegiatan coffee morning, dan temu pers. Kegiatan tersebut dirancang secara berkesinambungan.⁶²

⁶² Muhammad Fitriyus, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara. Wawancara di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara, tanggal 2 Januari 2017.

Berdasarkan informasi yang disampaikan di atas, dapat dikategorikan beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan Diskominfo Provsu, yaitu melalui saluran komunikasi interpersonal, namun frekuensinya sedikit. Kecenderungan Diskominfo Provsu dalam penyebaran informasi dilakukan melalui komunikasi kelompok, yaitu dengan mengadakan *coffe morning*, temu pers, kerjasama dengan kehumasan di daerah Kabupaten/Kota melalui Badan Koordinasi Kehumasan (Bakohumas) dan pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM).

1. *Coffe Morning*

Pada prinsipnya, komunikasi ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Maka dalam konteks kelembagaan misalnya, komunikasi harus mampu memberikan yang terbaik kepada seluruh pegawai dan elemen terkait. Menciptakan komunikasi yang nyaman dan penuh kekeluargaan dapat mendorong reputasi lembaga di tengah-tengah masyarakat. Dalam kaitan inilah kemudian Diskominfo Provsu merancang satu kegiatan komunikasi yang dapat menciptakan suasana tersebut melalui kegiatan *coffee morning* secara rutin.

Coffee morning, meskipun berbahasa Inggris, tetapi istilah tersebut sudah lazim digunakan dalam istilah keseharian masyarakat Indonesia, terutama di kantor-kantor, lembaga dan perusahaan. *Coffe morning* merupakan satu kegiatan pertemuan sosial untuk sekedar menyantap makanan ringan dan kesempatan singkat bagi para pegawai pemerintah atau karyawan perusahaan untuk berinteraksi. Berdasarkan wikipedia, istilah ini pada awalnya dipopulerkan di Amerika dan ditemukan oleh perusahaan *Pan America Coffee Bureau* pada tahun 1952. Kegiatan ini pada awalnya erat kaitannya dengan *coffee break* yang dilakukan oleh 11 anggota dari persema kmuran Inggris yang mereka memiliki

kebiasaan seperti, *morning tea*, *tea break*, atau sekedar teh. Istilah ini semakin bertambah di negara-negara lain, bahkan adapula yang menyelenggarakan *afternoon coffee break*, atau *afternoon tea*.⁶³

Istilah *coffee morning* sekarang telah meluas di dunia modern dan sekarang tidak lagi hanya sekedar minum kopi. *Coffee morning* biasanya berlangsung sekitar 10-20 menit dan dilakukan pada pagi hari sebelum menjalankan tugas-tugas utama. Di beberapa lembaga, organisasi atau perusahaan, *coffee morning* menjadi acara formal yang dikemas dengan menghadirkan nara sumber utama di dalamnya. Jadi, *coffee morning* adalah sebuah kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan kerja pada dunia modern. Inilah yang juga dilakukan oleh Diskominfo Provsu, karena melihat *coffee morning* sangat penting dalam mewujudkan kebersamaan pada lembaga tersebut. Di samping itu, *coffee morning* juga sebagai wadah untuk menyebarkan (*sharing*) informasi kepada masyarakat, karena dalam kegiatan *coffee morning* bukan hanya kalangan pegawai Diskominfo yang diundang hadir, tetapi termasuk dari elemen masyarakat lainnya. Pada kegiatan tersebut diundang narasumber secara bergantian, kemudian diundang pers dan juga tokoh-tokoh masyarakat, dan tokoh agama. Hal ini erat kaitannya dengan informasi yang disampaikan Kepala Diskominfo Provsu.

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan Diskominfo adalah melakukan *coffee morning*. Kegiatan tersebut dilakukan satu kali dalam sebulan. *Coffee morning* tidak hanya melibatkan pegawai yang ada di dalam, tetapi sejumlah elemen masyarakat yang dianggap sebagai mitra strategis dalam penyiaran informasi di Sumatera Utara, juga diundang. Bahkan dalam kegiatan tersebut, diisi dengan narasumber yang berasal dari disiplin kajian yang berbeda-beda. Dalam kegiatan *coffee morning* diundang pers

⁶³ www.wikipedia diunduh dari hari Selasa tanggal 3 Januari 2017

dan tokoh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meminta dukungan dalam rangka penyebaran informasi kepada masyarakat.⁶⁴

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, *coffee morning* yang dilakukan Diskominfo hanyalah salah satu elemen dasar dari komunikasi internal lembaga. *Coffee morning* dilakukan sebagai bentuk aktifitas komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi tingkat pengetahuan, sikap dan tingkah laku pegawai dan berusaha untuk membuat suasana kekeluargaan diantara sesama pegawai, sehingga sikap para pegawai berubah ke arah yang lebih produktif. Perubahan sikap merupakan proses sosialisasi dimana seseorang akan bereaksi apabila rangsangan atau stimulus yang diberikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Diskominfo Provsu, diperoleh juga informasi bahwa *coffee morning* merupakan salah satu bentuk komunikasi kelompok yang bertujuan untuk menguatkan konsolidasi ke dalam (internal) dan keluar membangun citra positif di masyarakat. *Coffee morning* dilakukan untuk penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat dengan menghadirkan pada kegiatan tersebut seorang narasumber. *Coffee morning* tersebut dilaksanakan secara rutin setiap hari Kamis dengan melibatkan pegawai dan mitra kerja strategis lainnya, ataupun stakeholders yang memiliki kaitan dengan pelaksanaan kinerja dinas tersebut. Pada prinsipnya, *coffee morning* sebagaimana yang dijelaskan Kepala Diskominfo, tidak hanya sekedar rutinitas yang bertujuan untuk mempertemukan atasan dengan bawahan, tetapi sekaligus mempertemukan pihak Diskominfo dengan elemen lainnya yang menjadi mitra kerja lembaga tersebut.

Secara teoritis *coffee morning* merupakan bentuk komunikasi internal yang dilakukan untuk mengelola rapat, sehingga dapat membentuk iklim komunikasi

⁶⁴ Muhammad Fitriyus, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara. Wawancara di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara, tanggal 2 Januari 2017.

yang positif. Suasannya santai, penuh keakraban dan kebersamaan, tetapi tetap menjaga norma-norma sebagaimana layaknya rapat-rapat dinas yang sifatnya jauh lebih formal. Tentu dengan menciptakan iklim komunikasi yang bagus, dan memelihara hubungan yang harmonis antara sesama pegawai dan juga dengan mitra kerja lainnya di luar lembaga, dapat mendorong suksesnya komunikasi yang dilakukan kepada eksternal lembaga. Istilah Frank Jefkins, keterampilan mengelola rapat merupakan perjalanan menuju komunikasi yang efektif. Pertemuan-pertemuan dinas dengan kemasan yang baik dan melibatkan para pegawai, sangat bermanfaat untuk menggalang kebersamaan dan keakraban, sekaligus untuk menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dengan para pegawai. Dalam acara-acara tersebut, berlangsung suatu bentuk komunikasi yang paling efisien, yakni komunikasi tatap muka.⁶⁵

Apa yang disebutkan Jefkins, erat kaitannya dengan pengamatan yang dilakukan. Dalam setiap kegiatan *coffee morning* terlihat keakraban di antara sesama pegawai, dan juga keakraban antara pegawai dengan stakeholder yang menjadi mitra kerja Diskominfo Provsu. Dalam kegiatan *coffee morning* yang dilaksanakan Diskominfo, terlihat alur komunikasi yang terjadi seperti halnya *upward communication*. Komunikasi tersebut terjadi pada saat bawahan menyampaikan pendapatnya kepada atasan, demikian juga pada saat stakeholder mitra kerja lembaga tersebut menyampaikan tanggapan-tanggapan dan pendapatnya. Terlihat juga arus komunikasi yang bersifat *downward communication* yang terjadi ketika atasan menyampaikan kebijakan-kebijakan. Bahkan menariknya lagi, terlihat adanya komunikasi horizontal (*horizontal communication*) dimana seorang pegawai, baik yang sama jabatannya ataupun berbeda saling berkomunikasi. Kemudian, dalam kegiatan *coffee morning* terlihat juga komunikasi secara diagonal (*diagonal communication*), yakni ketika sesama pegawai yang berbeda divisi, berbeda bidang berinteraksi. Kondisi ini mendorong

⁶⁵ Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 176-177.

munculnya kebersamaan diantara sesama pegawai dan juga antara pegawai dengan mitra strategis Diskominfo Provsu.

Dari gambaran di atas, terlihat pentingnya pelaksanaan *coffee morning* bagi sebuah lembaga, karena kegiatan *coffee morning* dapat mencairkan suasana dan peningkatan kinerja lembaga. Karena suasana *coffee morning* yang sifatnya penuh kebersamaan dapat memberi energi bagi para pegawai, karena suasana yang akrab dan kebersamaan dapat menumbuhkan bahwa sesama mereka saling menghargai.

Melalui *coffee morning*, seseorang dapat berbicara atau bahkan bersenda gurau kepada sesama pegawai yang sulit didapat jika dalam keadaan kerja formal. Di samping itu, melalui *coffee morning* seorang pegawai dapat menemui dan berbincang langsung dengan Kepala Diskominfo yang selama ini barangkali sangat sulit dijumpai jika dalam keadaan kerja formal, karena jika ingin bertemu dengan Kadis harus mematuhi protokoler.

Dengan adanya *coffee morning*, tentu akan lebih mudah untuk menciptakan suasana keakraban antar pegawai, baik pegawai setingkat, antara atasan ke bawahan, juga bawahan ke atasan. Artinya, dalam suasana keakraban, bawahan merasa dihargai oleh atasan, demikian juga para stakeholder juga merasa semakin tinggi ikatan emosionalnya dengan lembaga. Sama-sama saling menghargai dapat meningkatkan jalinan kerja yang efektif dalam meneruskan kebijakan-kebijakan yang telah dirancang dengan bagus. Seperti disebutkan Malayu Hasibuan, bahwa pengakuan atau penghargaan merupakan jenis kebutuhan yang dapat mendorong orang mau bekerja. Tetapi penghargaan tersebutlah yang paling banyak dilupakan oleh lembaga terhadap pegawai dan juga terhadap mitra strategis mereka.⁶⁶

⁶⁶ Malayu Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi: Dinar Peningkatan dan Produktivitas Kerja* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 93.

Penjelasan di atas, berkorelasi dengan informasi yang dihimpun dari pegawai Diskominfo Provsu, yang mereka merasa bahwa kegiatan *coffe morning* merupakan kegiatan yang harus dilakukan secara berkesinambungan. *Coffe morning* bagi mereka adalah wadah untuk saling bertukar informasi dalam suasana yang penuh keakraban. Sebagaimana dijelaskan oleh Sufiyanto.

Coffe morning adalah salah satu kegiatan rutin yang dilaksanakan Diskominfo Provsu. Tujuan kegiatan ini, selain sebagai wadah *sharing* informasi, ini sangat bermanfaat untuk memperkuat jaringan kerja antara bawahan dengan atasan. Pada kegiatan *coffe morning* ini, semua pegawai dianjurkan untuk hadir, bahkan beberapa stakeholder dan mitra strategis Diskominfo diundang. *Coffe morning* tidak hanya sekedar minum kopi, tetapi dalam kegiatan tersebut ada juga narasumbernya. Jadi selain menambah keakraban antara sesama pegawai, antara atasan dengan bawahan, *coffe morning* juga bermanfaat dalam penambahan ilmu dan wawasan.⁶⁷

Sesuai dengan informasi di atas, dapat dipahami bahwa *coffe morning* dirancang sebagai wadah untuk menciptakan suasana kondusif diantara pegawai dan juga antara lembaga dengan stakeholder. Kegiatan tersebut dapat menunjang serta memotivasi pegawai untuk mencapai tujuan lembaga, karena kegiatan *coffe morning* dapat dihadiri oleh semua pegawai meskipun latar belakang mereka berbeda-beda. Dari informasi dan observasi yang dilakukan, dapat ditegaskan bahwa kegiatan *coffe morning* bagi setiap lembaga sangat penting. Hal ini dilandaskan pada beberapa alasan, yaitu: Pertama, kegiatan *coffe morning* merupakan wadah yang dapat mempertemukan semua pegawai, dan para pegawai

⁶⁷ Sufianto, Staf Sub Bagian Program Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara. Wawancara di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara, tanggal 2 Januari 2017.

pun sangat membutuhkan interaksi yang lebih luas cakupannya serta dapat memenuhi hasrat untuk eksistensi diri agar dapat memotivasi dirinya untuk mewujudkan tujuan lembaga. Kedua, para pegawai merasa adanya persamaan derajat ketika mengikuti kegiatan *coffe morning* karena di dalam *coffe morning* semua melebur menjadi satu, hampir tidak ada sekat-sekat pembatas secara langsung antara atasan dengan bawahan, antara stakeholder dengan lembaga. Ketiga, dalam kegiatan *coffe morning* muncul rasa tenggang rasa, saling menghargai orang lain, serta tidak mementingkan diri sendiri dan adanya rasa saling menghargai antara sesama pegawai dan rasa memiliki terhadap lembaga.

Dengan demikian, kegiatan *coffe morning* dapat mendukung terciptanya iklim komunikasi kondusif yang dapat memberikan suasana nyaman dalam mewujudkan komunikasi yang lancar ke dalam maupun ke luar lembaga. Dalam rangka meningkatkan suasana komunikasi yang nyaman tersebutlah Diskominfo Provsu menjadikan kegiatan *coffe morning* sebagai salah satu upaya penyebaran informasi dan inovasi pembangunan kepada masyarakat. Dari dokumentasi yang dimiliki Diskominfo, proses pelaksanaan kegiatan ataupun standar operasional prosedur (SOP) pelaksanaan *coffe morning* dilakukan dengan cara, setiap minggu Kepala Seksi sudah mempersiapkan pelaksanaan *coffe morning* dengan stakeholder. Hal-hal yang dipersiapkan adalah surat undangan peserta, karena pesertanya tidak hanya dari pegawai Diskominfo, tetapi termasuk juga peserta dari lembaga lain, misalnya lembaga-lembaga kehumasan yang ada di Kota Medan. Setelah segala sesuatu yang berkaitan dengan administrasi pelaksanaan disiapkan, maka acara *coffe morning* dilakukan di aula Diskominfo. Pada saat kegiatan tersebutlah disampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Bahkan tidak hanya sekedar informasi tentang inovasi pembangunan, informasi-informasi lainnya yang sifatnya berkaitan dengan pembangunan kesejahteraan masyarakat disampaikan secara terbuka.

Uraian di atas juga memberikan pemahaman bahwa *coffee morning* menjadi satu kegiatan yang dijadikan Diskominfo sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan inovasi pembangunan kepada masyarakat. *Coffee morning* hadir untuk menampung aspirasi masyarakat yang menginginkan adanya *feed back* atau timbal balik dari berbagai kebijakan maupun informasi tentang perkembangan di Sumatera Utara.

2. Temu Pers

Dalam melaksanakan pembangunan, tentu saja aspek-aspek yang berkait dengan komunikasi dan pembangunan dapat dikaitkan, terutama melalui fungsi dan peranan media massa atau media-media umum lainnya. Masalah-masalah yang berkaitan dengan media, pengawasan yang perlu pula dilakukan atas keberadaan media dan bagaimana media dapat berfungsi secara optimal, yang terutama hal ini umumnya dikaji dalam studi-studi mengenai kebijakan media (*media policy*). Di sini dapat didorong pula sebuah peran positif media dalam konteks pembangunan bangsa atau juga pengembangan suatu masyarakat yang mandiri.

Komunikasi pembangunan seperti dikemukakan di atas juga hendaknya dapat mendorong penyediaan informasi yang berkualitas, akurat, relevan dan penting. Sebagaimana harus disadari, bahwa informasi yang disampaikan media dapat membawa pengaruh/dampak yang positif dan dapat menimbulkan pengaruh negatif, terutama jika tidak ada selektivitas yang cukup memadai terhadap media agar informasi yang disampaikan lebih berkualitas. Kualitas informasi yang dimaksudkan adalah makin tersedianya dengan mudah dan terbuka jenis-jenis informasi tertentu yang penting bagi upaya peningkatan kualitas SDM pembangunan.

Hal yang dapat dilakukan dalam konteks tersebut adalah dengan memanfaatkan beberapa media massa, baik media konvensional maupun media massa dan media baru, yang bermanfaat bagi penyebaran segenap pengetahuan, keahlian dan keterampilan-keterampilan baru, yang tentunya akan sangat terkait dengan peningkatan kualitas SDM. Jika hal itu terjadi, maka pengembangan masyarakat ke arah lebih baik dan maju akan diharapkan dapat cepat terwujud. Media komunikasi dapat di golongkan kepada empat macam yaitu: (a) media antar pribadi, yaitu media komunikasi secara langsung antar pribadi (petani) yang satu dengan yang pribadi lainnya secara tidak resmi atau sering disebut atau percakapan langsung, pembicaraan dari mulut ke mulut. (b) media kelompok, yaitu komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok yang biasanya melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, misalnya rapat, pertemuan, belajar bersama dan lain-lain. (c) media publik, yaitu aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 200 orang. (d) media massa, yaitu jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada. Media massa adalah alat yang dipergunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti, surat kabar, radio dan televisi.

Dalam penyebaran informasi, pers memiliki peran signifikan karena pers mempunyai jangkauan sangat luas, serta sarannya pun sangat heterogen. Pers memainkan peranan penting dalam proses penyebaran informasi, karena melalui media itu ide-ide baru muncul dari sumber kepada anggota masyarakat. sebagaimana disebutkan Effendy bahwa pers adalah lembaga sosial (*social institution*) atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara mana ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya.⁶⁸ Pers adalah suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan jurnalistik, mencakup seluruh media komunikasi massa, seperti radio, televisi dan

⁶⁸ Effendy, Ilmu Komunikasi, h. 144.

film yang berfungsi untuk menyebarkan informasi, berita, gagasan, pikiran seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain. Dalam pengertian sempit, pers digolongkan kepada produk penerbitan yang melewati proses percetakan, seperti surat kabar harian, majalah mingguan, maupun bulanan yang lebih dikenal dengan media cetak.⁶⁹

Bila diperhatikan, terlihat ketimpangan informasi antara masyarakat yang sudah maju dengan masyarakat yang belum maju. Ketimpangan sistem komunikasi tersebut terutama diakibatkan terpusatnya pers di kota-kota besar, sedangkan masyarakat pedesaan masih tetap mengandalkan komunikasi antar pribadi yang bersifat tatap muka sebagai sistem komunikasi. Mengingat masyarakat dalam kehidupannya sehari-hari mempunyai banyak keterbatasan antara lain, pendidikan, keterbatasan waktu, maka pers atau media massa dapat membantu penyebaran informasi yang dibutuhkan masyarakat. Untuk menarik minat masyarakat, informasi bisa disampaikan sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Untuk itu media yang dibuat harus mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (a) sederhana, mudah dimengerti dan dikenal, (b) menarik, (c) mengesankan ketelitian, (d) menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, (e) mengajak sasaran untuk memperhatikan, mengingatkan, dan menerima ide-ide yang dikemukakan. Untuk memudahkan penyebaran informasi tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, misalnya dengan melakukan temu pers.

Temu pers atau jumpa pers yaitu suatu kegiatan yang dilakukan secara berbarengan oleh seseorang pejabat pemerintahan atau swasta yang mempunyai kepentingan khusus kepada pers, yang diikuti banyak wartawan. Menurut Onong Uchjana Effendy, temu pers adalah acara pertemuan dengan para wartawan yang diselenggarakan oleh seorang pemuka masyarakat, tokoh politik, pimpinan pemerintah atau lembaga dan sebagainya dengan harapan agar pernyataan dapat disiarkan kepada masyarakat. 9 Temu pers dipahami sebagai bentuk yang paling

⁶⁹ F. Rachmadi, *Perbandingan Sistem Pers* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990), h. 10.

formal dalam hubungan interaksi antar lembaga atau instansi. Ada yang menyebut istilah lain dari temu pers ini adalah konferensi pers. Terlepas dari istilah itu, temu pers atau jumpa pers sering kali dilakukan pada saat-saat menyangkut masalah khusus. Misalnya dalam keadaan tertentu atau akan dikeluarkannya pengumuman tertentu, temu pers sering dilakukan. Temu pers lazimnya dilakukan dalam menyampaikan informasi secara terperinci, dan hal tersebut dilakukan atas inisiatif lembaga atau instansi yang bersangkutan. Maka lazimnya terlihat, bahwa dalam temu pers diadakan tanya jawab dengan memberikan kesempatan kepada jurnalis untuk menanyakan seputar masalah yang sedang dibicarakan.

Temu pers merupakan salah satu saluran untuk menyebarkan informasi pembangunan. Jika dikatakan komunikasi adalah proses penyebaran informasi, maka salah satu saluran informasi pembangunan yang sering digunakan pemerintah maupun swasta adalah pers. Dalam kegiatan komunikasi pembangunan, penyediaan forum komunikasi semisal jumpa pers, *coffe morning* dan jumpa *public*, menjadi saluran yang memungkinkan terjadinya proses penyebaran informasi dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, forum komunikasi yang disebutkan merupakan bagian yang utama dari model komunikasi pembangunan. Penyediaan forum komunikasi bagi terjalinnya suatu komunikasi yang intensif antara pemerintah dan segenap elemen masyarakat dalam proses pembangunan adalah suatu kebutuhan yang sangat vital. Melalui forum tersebut, pemerintah dapat menyampaikan/menyebarkan pesan-pesan pembangunan, sekaligus mendengar berbagai masukan dan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atas pesan-pesan yang disampaikan/disebarkan tersebut. Forum komunikasi sebagaimana yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Sumut, dipergunakan untuk merumuskan permasalahan bersama, mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi komunitas, sekaligus menjadi media resolusi konflik di tingkat lokal. Dengan demikian, komunikasi pembangunan akan lebih

efektif apabila dapat memanfaatkan kelompok-kelompok lokal sebagai forum komunikasi yang memang telah secara rutin dihadiri oleh warga, dan warga pun memiliki ikatan yang kuat terhadap kelompok tersebut.

Manfaat kegiatan temu pers dapat membantu dalam menyebarkan informasi baru yang dikeluarkan oleh instansi atau lembaga yang bersangkutan, sehingga khalayak dapat mengetahuinya, memahami, bahkan memberikan dukungan jika informasi yang disampaikan bermanfaat. Temu pers juga dapat membangun citra positif instansi atau lembaga. Bahkan temu pers dapat menjalin hubungan silaturahmi dengan wartawan atau pers. Wartawan atau pers inilah yang menjadi ujung tombak penyiaran informasi, karena melalui merekalah informasi masuk ke media-media yang kemudian menyebarkannya secara lebih luas kepada masyarakat. Menurut Oemar Hamalik, ada empat kategori proses penyebaran informasi, yaitu:

1. Penyebarluasan dalam bentuk publikasi atau terbitan dengan menggunakan media tertentu, seperti majalah bulanan, Koran, pamphlet, poster, laporan berkala dan bentuk promosi lainnya.
2. Komunikasi jarak jauh dengan menggunakan bantuan media elektronik, seperti telepon, faximile dan lain-lain.
3. Forum komunikasi langsung melalui kegiatan komunikasi interaksi tatap muka, dengan cara ceramah dan tanya jawab, bimbingan pembaca, seminar dan lain- lain.
4. Pelayanan informasi bagi masyarakat dengan berbagai cara yang efektif, seperti pusat pelayanan informasi, humas, perpustakaan dan lain-lain.⁷⁰

⁷⁰ Oemar Hamalik, *Pengolahan Sistem Informasi* (Bandung: Trigenda Karya, 1993), h. 43.

Syarat utama dari sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan sangat penting. Pers merupakan media massa yang efektif untuk komunikasi dengan orang banyak. Disamping itu pers juga dikenal sebagai media *control sosial* dari masyarakat. Karena itu untuk berhubungan dengan masyarakat atau publik di luar lembaga, pers merupakan salah satu media yang paling ampuh untuk dipakai. Pelaksanaanya dapat dilakukan dengan mengundang para wartawan atau pimpinan redaksi dari berbagai media cetak dan elektronik. Dalam pertemuan yang disebut temu pers atau konferensi pers dibuka humas dari pihak lembaga, yang umumnya bersifat penjelasan dan informasi tentang kebijakan atau kegiatan yang memperlihatkan keberpihakan pada masyarakat. Biasanya temu pers diakhiri dengan tanya jawab.

Sebagaimana dijelaskan Timbul, bahwa salah satu komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara adalah dengan melakukan temu pers.

Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam rangka penyebaran informasi kepada masyarakat adalah membangun hubungan yang baik dengan pers. Hampir setiap minggu Diskominfo melakukan temu pers dalam rangka penyebaran informasi kepada masyarakat. Temu pers bertujuan untuk menjalin kerjasama yang baik antara Diskominfo dengan wartawan dari berbagai media massa. Membangun hubungan baik dengan media massa sangat penting, karena pencapaian dan kebijakan pemerintah dan informasi bisa diketahui masyarakat melalui media massa.⁷¹

Bila diamati kondisi real masyarakat Sumatera Utara, terutama bagi masyarakat yang tinggal di desa-desa yang sulit dijangkau informasi, sering kali kebaruan inovasi di tolak oleh mereka. Bahkan penolakan tersebut juga hampir secara umum terjadi di tengah-tengah komunitas masyarakat yang belum

⁷¹ Timbul, Kepala Seksi Bina Pemberdayaan Media Massa. Wawancara di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara, tanggal 3 Januari 2017.

mengerti dengan munculnya inovasi tersebut. Karena kebaruan sebuah inovasi, maka dalam proses pendifusiannya dibutuhkan peran serta dan keterlibatan aktif masyarakat, dan juga media komunikasi yang tepat. Penempatan masyarakat dan media secara aktif dalam proses pendifusian inovasi pembangunan, menempatkan masyarakat dan media pada posisi yang kuat dan berdaya, karena mampu menjadi pengatur bagi diri dan lingkungannya. Dalam kondisi tersebut, maka terciptalah sebuah proses pemberdayaan pers, karena pemberdayaan pers pada gilirannya memberikan ruang yang luas bagi penyebaran inovasi pembangunan yang akan dilakukan.

Kebaruan ide, produk ataupun isi pesan yang disampaikan menjadi ciri khas difusi inovasi. Kebaruan ide-ide tersebut tentu tidak jarang mendapat penolakan dari masyarakat. Sebagaimana yang diamati penulis dalam konteks Sumatera Utara, bahwa pembangunan yang berlangsung tidak serta merta mendapat dukungan dari masyarakat. Misalnya pembangunan jalan tol, pembangunan bandara udara, pembangunan jalan kereta api, pembangunan destinasi wisata di beberapa daerah, termasuk juga relokasi pedagang dan sebagainya, tidak terlepas dari penolakan masyarakat. Hal yang menyebabkan penolakan tersebut tidak lain, karena itu dianggap sesuatu yang baru dan mengandung ketidak pastian. Maksudnya, ketidak pastian itu takut tidak diganti rugi, takut akan mengurangi jumlah pendapatannya, takut merusak nilai-nilai di masyarakat dan sebagainya.

Dalam konteks persoalan tersebut, karena masyarakat merasa di dalamnya terkandung sesuatu yang tidak pasti, atau dianggap merugikan sebelah pihak, pers memiliki peran yang signifikan. Ketidak pastian, atau keragu-raguan yang menyebabkan penolakan tersebut dapat dielemisir dengan adanya komunikasi

intensif yang dilakukan pemerintah, baik melalui komunikasi dialogis maupun komunikasi satu arah melalui media massa. Informasi yang intensif dapat mendorong adopter untuk mencoba atau melakukan percobaan terhadap inovasi yang ditawarkan.

Pemanfaatan dan pemilihan media yang tepat dalam rangka penyebaran inovasi tersebut menjadi alternatif bagi Diskominfo Provsu. Diskominfo memanfaatkan media massa, baik cetak maupun elektronik. Bahkan Diskominfo juga menggunakan internet dengan cara menyediakan *website* yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Pemanfaatan media massa dilakukan Diskominfo Provsu melalui kegiatan temu pers, ataupun konferensi pers, bahkan pers realis. Temu pers dilakukan sekali dalam seminggu di ruangan PPID, sebagaimana informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Timbul.

Temu pers merupakan salah satu bentuk komunikasi kelompok yang senantiasa dilakukan Diskominfo untuk menyebarkan informasi pembangunan, dan inovasi pembangunan yang ada di Sumatera Utara. Dalam kegiatan temu pers, yang diundang tidak hanya dari wartawan surat kabar, tetapi termasuk wartawan televisi, seperti halnya TVRI Medan, karena TVRI Medan secara khusus memiliki program berita daerah. Temu pers dilakukan secara rutin, bahkan di kantor ini dibuat satu ruangan sekretariat yang khusus digunakan bagi insan pers. Pers tersebut sebagai ujung tombak informasi, dan merekalah yang diharapkan menyampaikan informasi kepada masyarakat, karena mereka yang memiliki media, dan mereka yang memberitakan. Bahkan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, Diskominfo juga melakukan perss realis dengan

mengirimkan berita secara langsung ke media-media yang ada di Kota Medan. 12

Apa yang dilakukan oleh Diskominfo Provsu merupakan salah satu upaya untuk menjaga hubungan baik dengan media atau dengan istilah yang sudah tidak asing dalam kajian akademik disebut dengan media *relation*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, media *relation* inilah yang lakukan Diskominfo dan media *relations* yang paling sering dilakukan Diskominfo adalah temu pers. Kegiatan ini dilakukan dengan mengundang wartawan untuk berdialog, di mana materi sudah disiapkan secara matang oleh bagian humas. Inilah yang menjadi kelebihan dari kegiatan ini, yaitu aspek diskusi atau tanya jawab. Para jurnalis disengaja dikumpulkan untuk mendapatkan suatu informasi dan sekaligus kepada mereka diberikan informasi terkait dengan isu-isu pembangunan yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Timbul diperoleh informasi, bahwa Diskominfo melakukan kegiatan tersebut dengan alasan beberapa kegiatan dalam sewaktu-waktu perlu cepat disampaikan kepada masyarakat. Wartawan diajak berdiskusi, karena kadang-kadang dari wartawanlah diketahui kondisi real di lapangan yang segera disikapi oleh pemerintah. Pada prinsipnya, temu pers tersebut menjadi komunikasi kelompok yang sudah biasa dilakukan.

Temu pers dilakukan pada saat Diskominfo akan menyampaikan kegiatan- kegiatan penting, dan juga informasi-informasi penting yang perlu sampai dengan cepat kepada masyarakat. Para wartawan diundang, lalu kemudian kepada mereka disampaikan informasi-informasi yang dimaksudkan, agar

segera disiarkan kepada masyarakat. Pada prinsipnya, kami melihat kegiatan temu pers sangat penting sebagai upaya penyampaian inovasi pembangunan yang dilakukan di Sumatera Utara, sehingga masyarakat mengetahuinya. Kegiatan temu pers ini biasanya disambut baik oleh wartawan. Biasanya mereka hadir sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh Diskominfo. 13

Dari informasi di atas, dapat dipahami bahwa temu pers sangat penting bagi satu lembaga karena dapat membantu tugas kehumasan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Mencermati informasi di atas, dapat juga dipahami bahwa temu pers memiliki keunggulan dalam penyiaran informasi. Keunggulan temu pers, yaitu:

1. Informasi dapat lebih efektif

Temu pers dapat menjadi informasi lebih efektif. Informasi yang disampaikan bisa lebih efektif dan informasi yang berkembang bisa diklarifikasi, karena wartawan di dalam temu pers tersebut berkumpul, sehingga baik itu informasi dari lembaga ke wartawan, maupun informasi wartawan ke lembaga dapat diklarifikasi. Jika dilihat dari sisi media massa, maka tujuan kedatangan wartawan ke temu pers adalah untuk mencari informasi atau berita yang diperlukan medianya. Konfirmasi atau cek ulang ucapan informan agar tidak salah kutip, sehingga informasi yang akan disampaikan dapat diklarifikasi secara langsung ketika ada informasi-informasi yang salah sebelum disebarkan kepada masyarakat.

2. Informasi yang disampaikan serentak

Temu pers yang dilakukan dapat menjadikan informasi berkembang secara serentak. Kondisi temu pers tersebut hanya sekali disampaikan, tetapi tetap mencakup banyak media, karena di dalamnya terlibat berbagai macam media, baik cetak maupun elektronik. Temu pers bermanfaat untuk menyebarkan informasi positif kepada publik tentang kegiatan lembaga sehingga dapat meningkatkan citra yang dapat menunjang kegiatan lembaga/instansi. Dari sini terlihat dengan jelas pentingnya media relations bagi sebuah organisasi tidak terlepas dari kekuatan media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak.

3. Penyebaran informasi sama

Dengan adanya temu pers, penyebaran informasi dapat dilakukan secara bersama-sama dan dapat dilakukan secara serentak kepada wartawan yang mengikuti temu pers, sehingga informasi ditampilkan di media juga sama. Karena informasi yang disampaikan sama, maka informasi tersebut dapat menumbuhkan kesadaran yang sama juga pada diri masyarakat. Dari sinilah media memiliki potensi strategis untuk memberi pengertian, membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak disasar lembaga.

4. Problem solving informasi

Kesimpang siuran penyiaran informasi yang selama ini sering terjadi, bisa segera terselesaikan karena sudah hadir di dalamnya wartawan dari berbagai media. Dalam kaitan ini, lembaga harus menunjukkan suatu reputasi agar dapat dipercaya media, demikian juga media juga harus menunjukkan reputasinya. Misalnya lembaga selalu menyiapkan bahan-bahan informasi akurat di mana dan

kapan saja diminta. Ini dapat dilakukan lembaga dengan memasok informasi yang baik

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis terhadap dokumentasi yang dimiliki Diskominfo, dapat ditegaskan bahwa langkah-langkah yang dilakukan Diskominfo, yaitu: 1) persiapan sebelum pelaksanaan dengan cara mengirimkan undangan kepada redaksi minimal tiga hari sebelum temu pers dilangsungkan. 2) mengecek kembali undangan yang sudah dikirim, apakah sudah diterima atau belum oleh pihak redaksi. 3) membuat *press release* tentang topik yang ingin disampaikan kepada pers. 4) menunjuk dan mempersiapkan juru bicara dengan baik. Juru bicara tersebut adalah dari orang yang mengetahui permasalahan yang akan dibahas. 5) menyediakan konsumsi yang sesuai dengan suasana dan waktu.

Dari pengamatan yang dilakukan, dalam kegiatan konperensi pers yang dilakukan terjadi diskusi dan komunikasi dua arah antara narasumber dan wartawan. Pertanyaan-pertanyaan wartawan diatur dengan baik sehingga tidak keluar dari konteks penyelenggaraan temu pers. Penyelenggaraan temu pers adalah bagian humas.

Terdapat beberapa sikap yang dilakukan Diskominfo dalam menjalin dan menjaga hubungan lembaga tersebut dengan media. Salah satu di antaranya sebagai disebutkan Timbul dengan memfasilitasi media dengan menyediakan sekretariat bagi *insane* pers di lembaga tersebut. Bahkan dari pengamatan yang dilakukan, secara personal pegawai Diskominfo juga memberikan pelayanan yang bagus kepada wartawan yang bertugas di lembaga tersebut. Demikian juga secara kelembagaan, Diskominfo Provsu menjalin kerjasama secara kelembagaan dengan surat kabar yang ada di Kota Medan dan juga televisi.

Pemberian pelayanan yang bagus oleh satu lembaga kepada media, sebagaimana misalnya yang dilakukan Diskominfo Provsu, dapat menjaga hubungan baik antara lembaga dengan pers. Upaya tersebut erat dengan apa yang dikutip Elvinaro dari Frank Jefkins yang menjelaskan beberapa prinsip yang sering dilakukan suatu lembaga untuk menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan media, yaitu:

1. *By servicing the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media. seperti menciptakan kerjasama dengan media sehingga terjadi hubungan timbal balik.
2. *By establishing a reputation for reliability* yaitu menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya antara perusahaan dengan media *relations*.
3. *By supplying good copy* yaitu memasok naskah yang baik.
4. *By cooperations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi.
5. *By providing verification facilities* yaitu penyediaan fasilitas yang memadai sehingga memudahkan kerja wartawan dalam membuat berita.
6. *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media, hal ini yang mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.¹⁴

Mencermati informasi yang disampaikan Timbul sebagaimana di atas, Diskominfo juga melakukan penyiaran pembangunan dengan cara pers realis. Informasi-informasi yang berkaitan dengan pembanguana di Sumatera Utara, disampaikan kepada media dan media memuat berita yang dikirimkan oleh

Diskominfo. Apa yang dilakukan lembaga tersebut, erat dengan penjelasan Irianta, bahwa untuk menjaga hubungan baik dengan wartawan lembaga juga dapat mengirimkan *news letter* secara rutin pada media, memberikan informasi atau membuka situs di internet untuk memudahkan akses bagi siapapun yang ingin mengetahui informasi tentang lembaga atau organisasi tersebut termasuk juga dari kalangan media. 15

Berdasarkan informasi yang digambarkan di atas, dapat dipahami bahwa menjalin hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata *stakeholder*. *Media relations* sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya. Di sisi lain, fungsi *media relations* yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan. *Media relations* atau yang awalnya lebih populer dengan istilah *press relations* merujuk pada relasi suatu organisasi dengan media cetak sehingga cenderung memiliki cakupan arti yang lebih terbatas. Dari limitasi ini kemudian berkembang menjadi *media relations* yang mencakup berbagai jenis dan karakteristik media. Dari yang bersifat cetak, elektronik, bahkan interaktif-maya (*cyber*) dengan kehadiran PR *on-line* via internet.

Sebagai Dinas yang menangani informatika, komunikasi kelompok dengan memberdayakan pers dalam kegiatan-kegiatan temu pers, merupakan langkah yang sangat penting, sebab tugas dan fungsi pers adalah mewujudkan keinginan kebutuhan informasi melalui medianya baik melalui media cetak maupun media elektronik seperti, radio, televisi, internet. Fungsi informatif yaitu memberikan informasi, atau berita, kepada khalayak ramai dengan cara yang teratur. Pers akan

memberitakan kejadian-kejadian pada hari tertentu, memberitakan pertemuan-pertemuan yang diadakan, atau pers mungkin juga memperingatkan orang banyak tentang peristiwa-peristiwa yang diduga akan terjadi.

Selain itu, sebagai ujung tombak penyiaran informasi kepada publik Diskominfo Provsu sudah sepatutnya mengintensifkan komunikasi kelompok melalui temu pers tersebut. Semakin sering kegiatan tersebut dilakukan, maka penyebaran informasi yang dibutuhkan masyarakat akan semakin cepat. Kecepatan dalam penyebaran informasi tersebut, bisa jadi akan menguatkan dukungan dan kepercayaan publik kepada lembaga tersebut. Seperti yang dikemukakan Ollila dan Lyytinen sebagai dikutip Shinta Prasetyanti, bahwa melalui komunikasi yang intensif, baik melalui komunikasi massa maupun komunikasi dialogis, akan memperkuat keterpengaruhannya adopter untuk menerima inovasi yang ditawarkan. Pada tahap percobaan dan pada saat adopter merasakan manfaat dari pembangunan yang dilakukan, maka adopter akan melanjutkan untuk mengambil keputusan mendukung inovasi yang dilakukan. Hal ini erat dengan beberapa kasus yang terjadi di Sumatera Utara, misalnya kasus pembangunan rel kereta api listrik dari Medan ke Kuala Namu, masyarakat pada awalnya melakukan penolakan, demonstrasi, karena mereka menganggap itu merugikan mereka. Tetapi setelah akses Medan ke Kuala Namu dapat dirasakan masyarakat manfaatnya, maka yang awalnya menolak, pada akhirnya mendukung, karena sudah merasakan manfaatnya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh penulis dari Bidang PPID, bahwa salah satu tugas yang dikerjakan oleh Diskominfo dalam menjalankan media relations adalah menjalin hubungan baik dengan wartawan. Maka temu pers merupakan salah satu rutinitas yang dilakukan Diskominfo dalam rangka penyebaran

informasi inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Temu pers merupakan salah satu kegiatan yang sudah lazim dilakukan oleh setiap lembaga untuk mensosialisasikan program kerja dan kebijakannya. Temu pers merupakan salah satu dari kegiatan menjalin hubungan dengan media (media relation) dan yang paling sering dari kegiatan temu pers tersebut adalah temu pers, atau konferensi pers atau juga disebut dengan jumpa pers.

Bila dikaji secara teoritis, media dapat memberikan pengaruh yang besar kepada masyarakat. Inilah yang ditegaskan McLuhan dalam teori determinisme teknologi yang diperkenalkannya, meskipun teori tersebut menuai banyak kritik dan menebar berbagai tuduhan. Meskipun McLuhan dituduh sebahagian pengkaji peneliti telah melebih-lebihkan pengaruh media, tetapi pada kenyataannya media dapat memberikan pengaruh pada masyarakat. Bisa diperhatikan, dalam konteks penyebaran inovasi pembangunan Sumatera Utara sendiri saat ini, media ikut campur tangan di dalamnya, sehingga penyebaran informasi jauh berkembang lebih cepat. Bahkan ke daerah-daerah yang sifatnya jauh dari jangkauan media (*blank spot*) penyebaran informasi pembangunan juga sudah dapat diperpendek berkat perkembangan teknologi komunikasi.

Dengan adanya penyediaan *website* dan kerjasama Diskominfo dengan media, secara realitas sudah memperpendek jarak di antara Pemerintah Provinsi Sumatera Utara sebagai pelaksana kebijakan pembangunan dengan masyarakat di berbagai daerah sebagai penikman pembangunan. Oleh sebab itu, ungkapan McLuhan tidak dapat lagi dipandang sebatas ramalan. Dalam konteks pembangunan Sumatera Utara, dapat disaksikan bahwa teknologi komunikasi terutama televisi, internet telah mengambil alih beberapa fungsi sosial manusia (masyarakat), setiap saat kita semua menyaksikan realitas baru di masyarakat.

Tentu dengan melihat kondisi ini, Diskominfo harus lebih intensif melakukan kegiatan temu pers, sebagaimana yang telah dilakukan selama ini. Keberadaan media dimana-mana dan juga periklanan telah mengubah pengalaman sosial dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Media merupakan unsur penting dalam pergaulan sosial masa kini. Kebudayaan masyarakat tidak terlepas dari media, dan budaya itu sendiri direpresentasikan dalam media.

Dari gambaran di atas, dapat ditegaskan bahwa di era keterbukaan informasi seperti sekarang ini, lembaga pemerintah sudah seharusnya memiliki hubungan baik dengan media massa, karena dengan demikian masyarakat akan lebih mudah untuk memperoleh informasi tentang berbagai informasi yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah. Kondisi tersebut menuntut agar pemerintah menggunakan berbagai media yang efektif agar informasi yang disebarkan lebih mudah sampai ke masyarakat.

3. Pemberdayaan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM)

Informasi saat ini merupakan kebutuhan utama bagi setiap orang, di samping kebutuhan terhadap sandang, pangan serta papan. Informasi terjadi atas dasar komunikasi antar individu satu dan individu yang lainnya. Seiring dengan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap informasi, maka reformasi menuntut penyelenggaraan kekuasaan yang bersifat akuntabel dan transparan bagi publik. Hak memperoleh informasi merupakan hak yang dimiliki oleh masing-masing warga negara, dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokrasi yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat demi terwujudnya penyelenggaraan negara yang baik. Dalam mewujudkan pengelolaan

negara yang baik, maka diperlukan adanya pengelolaan informasi publik secara terbuka.

Pengelolaan informasi publik secara terbuka, diamanahkan melalui Permen Kominfo No. 17 Tahun 2009 tentang Diseminasi Informasi Nasional Oleh Pemerintahan, Pemerintah Daerah Provinsi, dan pemerintah daerah Kabupaten/Kota. Permen tersebut merupakan implementasi dari peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 terkait dengan pengembangan dan pemberdayaan komunikasi. Permen tersebut mendorong agar informasi dikelola secara terbuka dalam rangka mendorong semakin tumbuhnya pembangunan masyarakat.

Bila berkaca kepada pembangunan masa lalu, dapat dikatakan bahwa pembangunan masa lalu lebih banyak bersifat dari atas ke bawah (top down) yang menyebabkan masyarakat terserap pada kepentingan pemerintah, sehingga tidak muncul pemikiran kritis dari masyarakat sebagai kontrol terhadap kebijakan pembangunan yang dilakukan pemerintah. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan memudar seiring dengan mudarnya peran lembaga tradisional yang dulu hidup di pedesaan, akibat intervensi pemerintah yang terlalu jauh terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Respons terhadap kondisi tersebut mendorong munculnya dorongan agar lembaga-lembaga yang ada berupaka ikatan-ikatan kelompok yang ada di pedesaan di hidupkan kembali. Seperti yang disebutkan Nurdin Widodo, untuk mewujudkan pembangunan yang demokratis harus dimulai dari bawah atau dari masyarakat akar rumput. Belajar kembali tentang kearifan lokal yang tumbuh dan berkembang pada masyarakat akar rumput dapat mendorong munculnya

pembangunan yang berorientasi kebutuhan masyarakat. Kelompok-kelompok strategis dalam masyarakat perlu diberikan ruang gerak yang luas agar dapat mengekspresikan dan mengartikulasikan berbagai kebutuhannya dalam pembangunan. Widodo juga mengutip dari Korten, bahwa pembangunan akan mampu mengembangkan keswadayaan masyarakat apabila pembangunan itu berorientasi pada kebutuhan masyarakat (*people centered development*). Pembangunan yang berpusat pada masyarakat itu dapat direalisasikan apabila memanfaatkan kelompok-kelompok atau organisasi lokal yang ada di masyarakat. 17

Mencermati apa yang disampaikan Widodo di atas, bentuk kelompok yang tumbuh di masyarakat, merupakan wadah bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Kelompok-kelompok yang ada di masyarakat dapat dijadikan sebagai saluran komunikasi informasi dalam penyebaran ide-ide pembangunan. Kelompok-kelompok strategis tersebutlah yang salah satu dimanfaatkan oleh Diskominfo Provsu dalam penyebaran informasi dan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Diskominfo Provsu membentuk Kelompok Informasi Masyarakat atau yang disingkat dengan KIM yang baru mencapai 33 KIM. Sebagaimana informasi yang diperoleh dari Efi Zarnita bahwa KIM merupakan wadah komunikasi sosial yang diharapkan dapat menjadi ujung tombak penyebaran informasi di Sumatera Utara, khususnya bagi masyarakat desa. KIM adalah wahana informasi antara anggota KIM itu sendiri secara horizontal, yaitu dari KIM ke pemerintah secara *bottom up*, dari pemerintah kepada masyarakat secara *top down* dan menjadi mitra dialog dengan pemerintah untuk menyebarkan informasi pembangunan.

Untuk memudahkan penyebaran informasi pembangunan di Sumatera Utara, Diskominfo membentuk KIM di daerah-daerah pedesaan. KIM menjadi ujung dalam memberikan informasi dan pengetahuan berbagai

aspek pembangunan kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih berdaya dan mandiri. Pembentukan KIM dilator belakangi beberapa pertimbangan: pertama, masyarakat perlu diikutkan dalam berbagai aspek pembangunan, sehingga dengan memahami informasi pembangunan, masyarakat bisa lebih aktif, peduli, peka dan memahami pentingnya pembangunan. Kedua, KIM menjadi ujung tombak informasi yang dapat memberikan pencerahan kepada masyarakat, supaya bisa memilah dan memilih informasi yang bermanfaat. Ketiga, pembentukan KIM bertujuan untuk memperlancar arus informasi dua arah, baik dari masyarakat ke masyarakat, masyarakat dengan pemerintah maupun masyarakat dengan pihak lainnya. 18

Menganalisa informasi yang disampaikan Zamita, KIM dibentuk dengan maksud untuk meningkatkan pengetahuan, kecerdasan, ketrampilan, kearifan yang mendorong berkembangnya motivasi masyarakat dalam berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. KIM dibentuk dan berkedudukan di tingkat desa dan kelurahan. KIM dibentuk secara mandiri dan non partisan sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam pembangunan di bidang komunikasi dan informasi. Pada tingkat dusun, RW atau komunitas kecil lainnya dibentuk kelompok-kelompok desiminansi yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan KIM Desa atau Kelurahan, sedangkan di Kecamatan dibentuk Forum Komunikasi KIM.

Bila diperhatikan, konsentrasi pembentukan KIM di desa-desa dalam konteks Sumatera Utara bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat dalam bidang informasi, sehingga kesadaran masyarakat terhadap pembangunan semakin meningkat. Pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat yang berpusat pada

masyarakat desa diharapkan dapat mendorong peran aktif masyarakat desa dalam proses pemberdayaan tersebut. Pemberdayaan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, mampu menggali dan memanfaatkan potensi-potensi yang ada di daerahnya, dan membantu masyarakat untuk terbebas dari keterbelakangan atau kemiskinan. Setiap desa memiliki potensi, kondisi daerah, dan karakteristik masyarakat yang berbeda-beda. Intinya bahwa masing-masing desa memiliki ciri khas yang berbeda dengan desa lainnya. Untuk itu dalam upaya pemberdayaan, masyarakat desa setempat harus lebih banyak terlibat dalam kegiatan tersebut, karena masyarakatnya lebih mengetahui potensi dan kondisi desanya. Pemerintah hanya bertindak sebagai fasilitator yang mendukung program pemberdayaan.

Tetapi karena sulitnya jangkauan informasi pembangunan bagi masyarakat desa, sering kali menjadi faktor yang menyebabkan masyarakat desa acuh tak acuh. Bila diperhatikan dalam konteks Sumatera Utara, akses sebagian masyarakat desa terhadap informasi menjadi sulit, disebabkan karena secara umum, sumber-sumber informasi berpusat di kota-kota besar. Selain itu, masyarakat desa juga kurang peduli dengan informasi yang berkembang, karena bagi mereka yang penting mereka tetap dapat bekerja mencari nafkah, dengan mengandalkan hasil pertanian. Masyarakat desa, dari segi pendidikan juga dapat dikatakan secara umum memiliki pendidikan yang rendah. Untuk mengatasi persoalan-persoalan tersebut, maka pembentukan KIM menjadi hal yang sangat penting bagi pemberdayaan masyarakat desa, sehingga di Sumatera Utara sudah dibentuk 33 KIM yang semuanya umumnya ada di desa-desa.

Tujuan KIM, yaitu: 1) sebagai mitra pemerintah dalam penyebarluasan, sosialisasi dan desiminasi informasi pembangunan kepada masyarakat. 2) sebagai

mediator komunikasi dan informasi pemerintahan dan pembangunan secara timbal balik dan berkesinambungan. 3) sebagai forum media untuk pelayanan komunikasi dan informasi pemerintahan dan pembangunan.

KIM adalah lembaga layanan publik yang dibentuk dan dikelola dari, oleh dan untuk masyarakat secara khusus, sebagai layanan informasi masyarakat terhadap isu-isu pembangunan sesuai dengan kebutuhannya. Dasar hukum pembentukan KIM adalah:

- a. PP No. 38 Tahun 2007 Tentang pembagian urusan pemerintahan antara pemerintah, pemerintahan daerah provinsi, dan pemerintahan Daerah kabupaten/kota.
- b. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 17 Tahun 2009 Tentang Diseminasi informasi nasional oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah daerah Kabupaten/Kota, tanggal 17 Maret 2009.
- c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 08/ PER/M.KOMINFO/ 6/ 2010 Tentang Pedoman Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial, tanggal 1 Juni 2010.

KIM tidak jauh berbeda dengan istilah Kelompencapir (Kelompok Pendengar, Pembaca dan Pemirsa) yang lazim di sebut-sebut pada masa pemerintahan Soeharto. KIM sebagai agen informasi, berperan mendistribusikan informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat, sehingga masyarakat dapat melakukan langkah antisipatif terhadap informasi yang tidak bermanfaat dan menyebarkan

informasi yang bermanfaat. Adapun fungsi, tugas dan peran KIM adalah sebagai berikut:

a. Fungsi.

1. Sebagai wahana untuk penerimaan, pengelolaan dan penyebaran informasi pemerintahan dan pembangunan kepada masyarakat.
2. Sebagai wahana interaksi dan berkomunikasi antar masyarakat/anggota KIM, antara masyarakat/anggota KIM dengan pemerintah.
3. Sebagai peningkatan *media literacy* dilingkungan anggota.
4. Sebagai lembaga swadaya masyarakat yang memiliki dampak dan nilai ekonomis melalui pengelolaan informasi.
5. Sebagai ajang silaturahmi antar anggota masyarakat dan antara masyarakat dan pemerintah untuk memperkokoh kebersamaan, persatuan dan kesatuan.

b. Tugas

1. Mewujudkan masyarakat yang dinamis, peduli dan peka terhadap arus informasi.
2. Memberdayakan masyarakat agar memiliki kecerdasan dalam mencerna, memilih dan memilah informasi yang menjadi kebutuhannya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.
3. Menjadikan KIM sebagai katalisator dan dinamisator dalam memelihara dan meningkatkan semangat kegotongroyongan dan kebersamaan dalam masyarakat

c. Peran

1. Memanage Informasi, yaitu mencari, mengumpulkan, mengelola dan mendesiminasikan informasi kepada masyarakat sesuai kebutuhannya. dengan
2. Mediasi Informasi, yaitu menjembatani arus informasi antar anggota masyarakat, antara masyarakat dengan pemerintah.
3. Mengedukasi insan informasi, yaitu meningkatkan sumber daya masyarakat di bidang informasi, agar memiliki kecerdasan dalam menerima terpaan arus informasi

Dari fungsi, tugas dan peran KIM yang telah dipaparkan, maka terlihatlah secara jelas bahwa KIM memiliki peran strategis dalam upaya penyerapan dan penyebaran informasi, sehingga semakin penting untuk diberdayakan dalam mewujudkan peradaban masyarakat informasi. Sebagaimana ditegaskan Zarnita.

Salah satu upaya yang dilakukan Diskominfo Provsu dalam menyebarkan inovasi pembangunan, Diskominfo menggunakan saluran komunikasi kelompok melalui KIM yang dibentuk secara berangsur-angsur di sejumlah daerah, terutama di desa-desa yang ada di Sumatera Utara. KIM berperan untuk mengelola informasi dengan baik, dan KIM menjadi mitra strategis pemerintah dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Selama ini KIM telah teruji sebagai instrumen penting dalam penyebaran informasi, sehingga perannya perlu lebih diperkuat sebagai kelompok penyebaran informasi di masyarakat. Pembentukan KIM melalui proses tahapan, karena tidak semua desa memiliki KIM tersebut. Proses pembentukan dengan melibatkan aparatur desa, dan juga melibatkan sejumlah tokoh masyarakat yang dianggap berpengaruh dan dapat menjadi pemuka yang akan menggerakkan KIM tersebut. **19**

Pemberdayaan KIM merupakan kegiatan yang dilakukan pemerintah baik tingkat provinsi maupun tingkat Kabupaten/Kota dalam rangka penguatan terhadap

kelembagaan, sehingga mampu melakukan tugas dan fungsinya secara mandiri dan kreatif dalam rangka pengelolaan informasi dan komunikasi. Secara faktual dapat dirasakan, era keterbukaan informasi yang didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadikan dunia seakan tanpa batas. Manusia dengan mudah dan cepat dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Kondisi tersebut apabila tidak diimbangi dengan kesiapan dalam memilah dan memilih informasi yang tersedia, bisa berdampak pada kontra produktif dalam kerangka pembangunan di segala bidang. Dalam upaya menjawab tantangan tersebut eksistensi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai kelompok yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat, diharapkan dapat berperan menjadi fasilitator untuk menjembatani kesenjangan komunikasi dan informasi yang terjadi antara pemerintah dengan masyarakat (*top down*) atau antara masyarakat dan pemerintah (*bottom up*).

Mencermati dokumentasi Diskominfo Provsu, secara struktural KIM merupakan wadah yang berada di bawah koordinasi dan pengawasan Komunikasi Sosial Diskominfo. Garis kordinasi tersebut digambarkan dalam pasal 1 poin (5) yang berbunyi sebagai berikut, kelembagaan komunikasi Sosial adalah lembaga masyarakat baik formal maupun informal yang memiliki kegiatan di bidang pengelolaan informasi atau memiliki jaringan komunikasi dengan anggota dan masyarakat lingkunganya dan yang berpotensi dalam penyebaran informasi, penyerapan dan penyaluran aspirasi masyarakat. Pasal 5 poin (2) dalam hal penyelenggaraan diseminasi informasi nasional, pemerintah, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten atau kota menggunakan pola koordinasi, kerjasama dan fasilitasi, serta kemitraan dengan mendayagunakan mendia massa da lembaga komunikasi sosial. Pasal 5 poin (8) pemerintah daerah provinsi dan pemerintah daerah Kabupaten atau Kota dapat mendayagunakan kelompok komunikasi sosial sebagai mitra kerja dalam menyelenggarakan diseminasi

informasi nasional. Pasal 9 poin (3) pejabat pelayanan informasi dapat dibantu oleh kelompok informasi masyarakat sebagai pelaksana diseminasi informasi nasional. Pasal 12 poin (2) fasilitasi pemberdayaan komunikasi sosial provinsi, kabupaten atau kota.

Kelompok informasi masyarakat di sosialisasikan Diskominfo pada tahun 2011 yang di landaskan oleh keputusan kementerian komunikasi dan informatika untuk pengembangan dan pemberdayaan lembaga komunikasi sosial yang menjadikan saran komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat langsung. Dengan melihat berbagai wilayah di Indonesia khususnya di Sumatera Utara, maka kemitraan komunikasi memiliki peranan strategis untuk melakukan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran atas informasi sebagai suatu sumber pengetahuan dan juga sekaligus meningkatkan kemampuan mengakses informasi dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi komunikasi. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan melalui pelatihan, bimbingan teknis, dan sosialisasi berbagai materi pokok kepada masyarakat langsung.

Dengan demikian, melalui KIM tersebutlah Diskominfo Provsu menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Hal ini memperlihatkan lebih jelas lagi, bahwa keberadaan organisasi yang telah tumbuh dan berkembang pada masyarakat lokal, telah menjadi alternatif mekanisme pemecahan masalah. Dalam perspektif pekerjaan sosial, keberadaan kelompok-kelompok masyarakat merupakan potensi dan modal sosial (social capital) dalam rangka pembangunan masyarakat. Dengan demikian, keberadaan KIM tersebut memiliki posisi yang sangat strategis dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan seorang Evi Zarnita, diperoleh informasi bahwa selain KIM, terdapat juga kelompok-kelompok potensial yang dibentuk oleh Diskominfo Provsu, misalnya kelompok tani, kelompok nelayan yang kesemuanya menjadi mitra kerja Diskominfo dalam penyebaran informasi pembangunan. Bila dicermati pernyataan Evi Zarnita, terlihat dengan jelas mekanisme pembentukan KIM melalui prosen yang cukup panjang dan selektif. Proses terbentuknya KIM sebagai mitra Diskominfo tidak secara spontan. Tetapi prosesnya bersifat gradual yang didahului oleh adanya interaksi personal antara Diskominfo dengan masyarakat desa dengan melibatkan elemen-elemen yang dianggap mampu mengkoordinir kelompok tersebut.

Beberapa tahapan yang dilakukan untuk membentuk kelompok-kelompok tersebut dimulai dari persiapan, pendekatan, sampai kepada pelaksanaan. Pertama adalah tahap persiapan, yaitu tahap mengidentifikasi masyarakat yang akan menjadi objek sasaran penyebaran informasi dan inofasi pembangunan. Para komunikator pembangunan dalam hal ini pemerintah, mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran pembinaan, setelah data dan informasi terkumpul dan dipelajari secara cermat, maka komunikator pembangunan melakukan langkah pendekatan personal kepada unsur masyarakat yang memiliki pengaruh di lingkungannya.

Tujuan pendekatan tersebut adalah untuk meyakinkan masyarakat menerima informasi tentang pembangunan yang sangat besar manfaatnya bagi kesejahteraan hidup masyarakat. Kelompok-kelompok tersebut dibina secara teratur dan intensif melalui penyuluhan pembangunan. Selanjutnya ia memberikan informasi tentang tahap pembentukan kelompok, seperti halnya pembentukan kelompok pengajian KIM. Terlebih dahulu dilakukan pendekatan

terhadap masyarakat yang ada di satu tempat. Setelah didekati, selanjutnya masyarakat diajak mengadakan pertemuan di sekretariat atau di rumah. Dalam pertemuan tersebutlah disampaikan ide-ide tentang infasi pembangunan di Sumatera Utara.

Setelah kelompok terbentuk, tahap kedua yang dilakukan adalah membentuk susunan pengurus dan bila perlu membantu masyarakat untuk membuat nama kelompok atau organisasinya. Dalam penentuan pengurus kelompok, pemerintah hanya bertindak sebagai fasilitator, sedangkan pimpinan pengurusnya diserahkan kepada masyarakat binaan. Kelompok-kelompok binaan yang dibentuk bukan untuk sementara saja, tetapi dibentuk sebagai kelompok binaan berkesinambungan. Meskipun penyuluh pembangunan tidak menetap di satu tempat tertentu, tetapi kelompok binaan dibina dalam jangka waktu yang panjang.

Setelah terbentuk kelompok-kelompok binaan, maka tahap ketiga adalah melakukan konsolidasi. Dalam hal ini komunikator pembangunan turut berpartisipasi dalam memfasilitasi penyusunan agenda kegiatan, dan melibatkan masyarakat dalam menetapkan tema-tema yang akan dibahas sesuai dengan perkembangan pembangunan di Sumatera Utara. Dalam hal ini, komunikator pembangunan mulai melakukan diskusi yang dialogis dengan para anggota kelompok informasi. Komunikator pembangunan juga mengajak para pemimpin informal yang ada di desa untuk terlibat dalam melakukan pembinaan. Misalnya, dengan mengajak kepala desa sebagai pemerintah desa, tokoh masyarakat dan tokoh agama yang dianggap berpengaruh. Tujuannya adalah agar setiap kegiatan mendapat dukungan dari seluruh lapisan masyarakat, baik dukungan moral maupun materil.

4. Kerjasama Kehumasan

Memasuki era teknologi informasi dan keterbukaan informasi, mau tidak mau setiap lembaga harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Oleh karena itu, perlu meningkatkan peran lembaga dan seluruh elemen yang terkait didalamnya dalam rangka meningkatkan pelayanan yang baik, terutama pelayanan informasi. Sejalan dengan tingginya tingkat kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi, maka organisasi atau lembaga tentu harus dapat mengimbangi hal tersebut dengan meningkatkan peran individu dan meningkatkan SDM. Aktivitas yang dapat dilakukan lembaga dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi dapat dilakukan melalui public relations atau yang biasa dikenal dengan humas.

Humas merupakan suatu bidang yang sangat luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan keberadaan humas pada setiap lembaga atau instansi merupakan suatu kebaruan dalam rangka memperkenalkan kegiatan atau aktivitas kepada masyarakat. Kegiatan atau aktivitas tersebut merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi kepada khalayak melalui berbagai media. Sebagaimana dijelaskan Nurhayati Siahaan,

Untuk menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara, Diskominfo Provsu melakukannya dengan memanfaatkan kehumasan yang ada di setiap lembaga. Humas pada setiap lembaga adalah anggota Badan Koodinasi kehumasan yang disebut dengan Bakohumas. Melalui lembaga humas tersebutlah inovasi disebarkan kepada masyarakat. **20**

Ditinjau dari sudut pandang teoritis, apa yang dilakukan Diskominfo Provsu merupakan langkah taktis strategis untuk mendorong percepatan penyampaian informasi kepada masyarakat yang sifatnya sangat luas jangkauannya. Dengan

memungsikan Badang Koordinasi Huma (Bakohumas), mulai dari tingkat provinsi sampai kabupaten/kota, tentu akan memudahkan proses penyebaran informasi, dan masyarakat juga semakin mudah mengakses dan memperolehnya.

Dengan adanya penyebaran informasi melalui Bakohumas, masyarakat semakin dekat dengan sumber-sumber informasi, dan kontinuitas informasi juga akan semakin terpelihara. Ini secara otomatis akan mendorong semakin meningkatnya reputasi yang baik bagi lembaga. Istilah Jefkins, humas menjadi *management communication* yang terus berupaya untuk menjadi saluran komunikasi berkesinambungan yang menjembatani kepentingan lembaga dengan dengan kepentingan masyarakat, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat. Hubungan yang harmonis itulah kata Jefkins yang dapat menimbulkan hubungan yang saling pengertian (*mutual understanding*) dan *image* yang baik untuk mencapai opini publik yang positif. 21

Mengikuti penjelasan Jefkins ini, menunjukkan bahwa *public relations* suatu proses yang *continue* ke luar dan ke dalam organisasi. *Public relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu komunikasi timbal balik dua arah. *Public relations* atau yang dikenal dengan istilah hubungan masyarakat (humas) adalah bentuk usaha atau aktivitas yang berkelanjutan dan terencana dengan tujuan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan pemahaman yang saling menguntungkan antara pihak lembaga dengan masyarakat. Fungsi kehumasan digunakan melalui *press release* yaitu pemberitaan cerita atau informasi yang berkaitan dengan aktivitas, prestasi, dan hal-hal lain dari satu lembaga. Aktivitas ini bermanfaat dalam membangun, mengembangkan dan mempertahankan identitas perusahaan.

B. Inovasi Pembangunan yang Disebarkan Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Melalui Komunikasi Kelompok

Seperti yang telah disampaikan pada bab terdahulu, inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap sebagai suatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain. Karena inovasi sesuatu yang baru, bukan berarti yang baru itu serta merta diterima orang dan yang lama ditinggalkan. Bahkan seringkali yang lama dipertahankan, karena yang baru dianggap sesuatu yang mengganggu. Maka tidak jarang proses pendifusian inovasi yang terjadi dalam suatu sistem sosial mengalami keterlambatan. Proses pendifusian inovasi dalam kaitannya dengan sistem sosial, dipengaruhi oleh struktur sosial, norma sosial, peran pemimpin dan agen perubahan, tipe keputusan inovasi dan konsekuensi inovasi.

Tetapi yang pasti, setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Inovasi dimunculkan untuk dapat dimanfaatkan manusia dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan situasi dan kondisi kehidupannya menjadi lebih baik. Karena berkembangnya inovasi, manusiapun menjadi lebih kreatif dalam memanfaatkan inovasi tersebut. Kreativitas semakin mengarah pada pemanfaatan inovasi kearah tindak lanjut pemanfaatan ide-ide baru yang berhasil digali atau ditemukan. Konkritnya, apa yang diciptakan tidak ada nilai yang sia-sia di dalamnya. Bahkan dalam Alquran surah Ali Imran ayat 190, Allah swt., juga menegaskan bahwa segala yang di ciptakan-Nya tidak ada yang sia-sia.

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَرِضْوَانِ الْإِلَهِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ أَلَّا قَبِيْمًا وَفُعُوْدًا (وَعَلَىٰ جُنُوبِهِ ۚ مٌ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْنَا هَٰذَا بَاطِلًا ۖ سُبْحَانَكَ ۖ فَعِنَّا عَذَابَ النَّارِ

Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal. Yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan Ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, Maka peliharalah kami dari siksa neraka" **22**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Eli Suhaeriyah, diperoleh informasi bahwa inovasi pembangunan yang disebarkan Diskominfo Provsu ke masyarakat adalah inovasi informasi pelayanan publik, inovasi pembangunan infrastruktur, inovasi pertanian. **23**

1. Inovasi pelayanan publik.

Perubahan yang terjadi pada masa perkembangan dunia sekarang ini sangat cepat sekali, hal ini menuntut birokrasi untuk selalu dapat berfikir cepat mengembangkan kreativitas sekaligus berinovasi. Tuntutan globalisasi yang tengah melanda dunia di berbagai sektor pelayanan publik, khususnya peradaban dari luar negeri baik teknologi maupun aspek sosial yang masuk ke Indonesia dengan cepat dapat disikapi dengan arif dan bijaksana. Kapasitas aparatur senantiasa dioptimalkan melalui pengembangan kemampuan profesionalisme aparatur yang kreatif dan inovatif. Sebaliknya, masyarakat semakin kritis karena informasinya semakin terbuka.

Dalam meningkatkan pelayanan publik terutama dalam pelayanan informasi yang berkualitas, Diskominfo Provsu melakukan inovasi dalam bidang teknologi

komunikasi. Diskominfo melayani informasi bagi masyarakat melalui pemanfaatan secara maksimal jaringan internet. Diskominfo menyediakan alamat website yang bisa diakses masyarakat yaitu www.diskominfo.sumutprov.go.id.

Bila diamati, berbagai jenis informasi disampaikan pada web tersebut. Bahkan sifatnya yang on line, kegiatan tentang program pemerintah dalam membangun Sumatera Utara, terlihat langsung pada web tersebut.

Apa yang dilakukan Diskominfo Provsu adalah untuk mendukung penyebaran inovasi yang lebih mudah dan berjangkauan luas. Pemanfaatan web tersebut juga bertujuan untuk mendorong laju pembangunan di Sumatera Utara. Kemajuan pembangunan dalam banyak kenyataan perlu ditopang oleh penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tentunya harus dapat disesuaikan dengan kondisi yang terus berkembang. Kemajuan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi besar manfaatnya terhadap kehidupan masyarakat. Lebih-lebih di bidang komunikasi dengan media elektronik dan cetak yang saat ini telah merambah disegala pelosok permukaan bumi, hingga pada daerah yang paling terpencilpun sudah bisa dijangkaunya.

Inovasi dalam bidang telekomunikasi inilah yang dilakukan Diskominfo Provsu untuk menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Teknologi komunikasi yang berupa telekomunikasi adalah salah satu macam teknologi modern yang mempermudah dalam berinteraksi tanpa harus bertemu langsung atau tatap muka. Telekomunikasi itu bisa melalui tulisan seperti email. Dalam teknologi komunikasi bisa dilakukan dengan tatap muka, tetapi tidak bertemu ditempat yang sama yaitu dengan melalui *telecomprence*. Terobosan untuk menggunakan internet sebagai media penyiaran informasi merupakan inovasi

yang teru dilestarikan Diskominfo Provsu dalam penyebaran inovasi pembangunan. Hal ini sering dengan perkembangan masyarakat yang semakin menghendaki kemudahan-kemudahan hubungan dengan beraneka ragam jasa telekomunikasi ikut pula menjadi daya tarik berkembangnya teknologi telekomunikasi bahkan teknologi informasi juga ikut berkembang.

Dengan adanya perkembangan teknologi telekomunikasi maka akan terjadi kecenderungan-kecenderungan pada transformasi masyarakat yang semakin cepat dan semakin meluas. Hal ini merupakan penerapan ide baru, pengetahuan keterampilan atau teknologi praktis untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan barang atau jasa yang baru atau telah diperbaiki, reorganisasi atau memperbaiki proses produksi atau secara substansial memperbaiki pelayanan. Inovasi teknologi umumnya terkait dengan perubahan barang atau proses produktif, tetapi inovasi teknologi juga mungkin diterapkan pada proses pemasaran atau bentuk organisasi oleh produsen atau lembaga.

2. Inovasi dalam bidang pembangunan infra struktur

Bila diperhatikan dan diamati perkembangan pembangunan infra struktur di Indonesia, dan juga di Sumatera Utara, setiap tahun terus terlihat adanya perkembangan dalam pembangunan infra struktur, seperti jalan, gedung-gedung dan sebagainya. Dalam kaitan ini, pemerintah setiap tahun anggaran dituntut untuk selalu membuat program pembangunan yang baru dengan kreativitas dan inovasi yang tertata dengan bagus. Program yang diharapkan adalah terciptanya program yang terwujud dalam kegiatan yang terpadu, berkelanjutan, efektif, dan efisien. Oleh sebab itu, dalam mendukung pembangunan yang berkualitas, inovasi pembangunan secara lebih kreatif mutlak diperlukan agar terhindar dari kesan hanya menyelesaikan program atau kejar paket proyek. Untuk menghindari

hal-hal tersebut, pemerintah melakukan inovasi pembangunan yang berorientasi pada manfaat masyarakat luas.

Inovasi pembangunan inilah yang disebarkan oleh Diskominfo, baik melalui *coffe morning*, temu pers, dan pemberdayaan KIM. Penyebaran inovasi pembangunan dilakukan untuk menghindari kecenderungan negatif yang selama ini muncul dari masyarakat, karena melihat pembangunan hanya untuk mendapat proyek dan menghabiskan anggaran. Dalam kaitan penyebaran inovasi pembangunan infra struktur, perlu dikuatkan dengan mengedepankan kualitas pelayanan publik yang optimal. Hal tersebut sudah seharusnya dilakukan dalam membuat setiap perencanaan program pembangunan, seperti yang tercantum dalam Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005-2025.

Tujuan yang ingin dicapai dengan ditetapkannya Undang-Undang tentang RPJP Nasional Tahun 2005-2025 adalah untuk: (a) mendukung koordinasi antarpelaku pembangunan dalam pencapaian tujuan nasional, (b) menjamin terciptanya integrasi, sinkronisasi dan sinergi baik antardaerah, antarruang, antarwaktu, antarfungsi pemerintah maupun antara Pusat dan Daerah, (c) menjamin keterkaitan dan konsistensi antara perencanaan, penganggaran, pelaksanaan dan pengawasan, (d) menjamin tercapainya penggunaan sumber daya secara efisien, efektif, berkeadilan dan berkelanjutan, dan (e) mengoptimalkan partisipasi masyarakat.

Rencana pembangunan jangka panjang nasional diwujudkan dalam visi, misi dan arah pembangunan nasional yang mencerminkan cita-cita kolektif yang akan dicapai oleh bangsa Indonesia serta strategi untuk mencapainya. Visi merupakan

penjabaran cita-cita berbangsa sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu terciptanya masyarakat yang terlindungi, sejahtera dan cerdas serta berkeadilan. Bila visi telah terumuskan, maka juga perlu dinyatakan secara tegas misi, yaitu upaya- upaya ideal untuk mencapai visi tersebut. Misi ini dijabarkan ke dalam arah kebijakan dan strategi pembangunan jangka panjang nasional.

Perencanaan jangka panjang lebih condong pada kegiatan olah pikir yang bersifat visioner, sehingga penyusunannya akan lebih menitikberatkan partisipasi segmen masyarakat yang memiliki olah pikir visioner seperti perguruan tinggi, lembaga- lembaga strategis, individu pemikir-pemikir visioner serta unsur-unsur penyelenggara negara yang memiliki kompetensi olah pikir rasional dengan tetap mengutamakan kepentingan rakyat banyak sebagai subyek maupun tujuan untuk siapa pembangunan dilaksanakan. Oleh karenanya rencana pembangunan jangka panjang nasional yang dituangkan dalam bentuk visi, misi dan arah pembangunan nasional adalah produk dari semua elemen bangsa, masyarakat, pemerintah, lembaga-lembaga negara, organisasi kemasyarakatan dan organisasi politik.

Tiga paragraf tersebut menjadi landasan bagi Diskominfo Provsu untuk merancang penyebaran inovasi yang lebih bagus. Harus diakui, bahwa jika masyarakat ingin mewujudkan pembangunan yang menyejahterakan, maka pola pikir kreatif dan inovatif yang visioner pelaksana kebijakan publik, perlu dipersiapkan. Sebab banyak permasalahan pembangunan yang berdampak negatif hasil dari kebijakan-kebijakan yang kurang tepat, sehingga perlu peninjauan kembali dengan analisis kebijakan publik yang tepat. Dari analisis kebijakan publik terhadap dampak program kegiatan pembangunan akan diketahui solusi dari permasalahan-permasalahan tersebut.

Program pengembangan pelayanan publik dalam bidang informasi inilah yang menjadi salah satu inovasi yang dilakukan Diskominfo Provsu. Perbaikan kualitas pelayanan informasi ditingkatkan melalui website yang diharapkan dapat membuat masyarakat merasa mudah untuk mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan. Diskominfo Provsu juga memperbaiki manajemen pelayanan informasi yang dikembangkan sesuai dengan standar pelayanan yang baku yang disusun dalam bentuk *standar operating Procedures* (SOP).

3. Inovasi dalam bidang pertanian

Inovasi secara umum merupakan proses dimana sesuatu yang baru diimplementasikan dalam konteks tertentu, layak secara sosial dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Inovasi berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dan daya saing yang biasanya diimplementasikan dalam pembangunan. Inovasi dan proses yang memfasilitasi tidak muncul dari suatu ketiadaan. Inovasi muncul dalam konteks sosial ekonomi tertentu dan dibentuk oleh ada atau tidak adanya kondisi yang menguntungkan untuk berkembangnya inovasi tersebut.

Inovasi dalam bidang pertanian, termasuk ide-ide yang disebarkan oleh Diskominfo Provsu kepada masyarakat. Penyebaran inovasi pertanian dilakukan dalam rangka merubah paradigma masyarakat petani dari pertanian tradisional ke pertanian modern. Tujuannya adalah untuk meningkatkan hasil panen dan mengurangi kemiskinan masyarakat. Karena semakin tinggi tingkat keberhasilan pertanian yang dikelola, otomatis keadaan tersebut dapat membantu para petani untuk keluar dari kemiskinan. Maka, inovasi pertanian merupakan salah satu

inovasi yang disebarakan oleh komunikator pembangunan dari Diskominfo Provsu kepada masyarakat di Sumatera Utara.

C. Efektivitas Komunikasi Kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Dalam Penyebaran Inovasi

Otonomi daerah telah menjadi harapan baru bagi masyarakat untuk turut berperan aktif dalam pembangunan, agar pembangunan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi mereka. Bagi sebagian besar masyarakat, otonomi adalah satu peluang baru yang dapat membuka ruang kreativitas untuk turut dalam pengelolaan pembangunan yang berbasis masyarakat. Meskipun otonomi daerah memberi peluang bagi peningkatan kreativitas dan keaktifan masyarakat dalam pembangunan, namun peran komunikator pembangunan dan lembaga-lembaga yang berkompeten dalam penyebaran inovasi pembangunan harus tetap meningkatkan perannya sebagai corong informasi. Misalnya, keberadaan penyuluh atau komunikator pembangunan, tentu harus lebih intensif dalam memberikan kesadaran bagi masyarakat, akan pentingnya penerapan inovasi pembangunan.

Satu sisi otonomi daerah memberikan peluang bagi daerah untuk menentukan pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat, tetapi pada sisi lain banyak juga problem pembangunan yang tidak berkenan di hati masyarakat. Bahkan tidak jarang masyarakat melakukan gerakan-gerakan *resistens* terhadap inovasi yang sebenarnya bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Seiring dengan kompleksnya persoalan pembangunan yang dihadapi, maka untuk meningkatkan efektifitas penyebaran inovasi pembangunan harus dirumuskan upaya-upaya yang maksimal dalam penyebaran inovasi tersebut. Diskominfo Provsu yang bertindak sebagai ujung tombak penyebaran inovasi pembangunan misalnya,

harus memprakarsai perubahan melalui suatu kegiatan komunikasi yang dapat mengarahkan masyarakat untuk bersama-sama mengatasi berbagai persoalan yang menyangkut kepentingan bersama (*public interest*) dengan suatu kegiatan komunikasi kelompok dalam bentuk *coffee morning*, temu pers, pemberdayaan KIM dan pemberdayaan humas.

Komunikasi kelompok dilaksanakan dalam rangka mendorong partisipasi masyarakat dalam setiap proses penyebaran inovasi pembangunan. Melalui kegiatan komunikasi kelompok tersebut, diharapkan terjadi perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam menilai inovasi pembangunan yang dilaksanakan. Misalnya, dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang kurang mendukung inovasi menjadi masyarakat yang mendukung. Dalam hal ini dukungan yang diinginkan tidak saja bersifat insidental, tetapi diharapkan adanya sikap mental yang konkrit terhadap langkah perubahan dalam rangka menggunakan inovasi tersebut.

Dalam upaya penyebaran inovasi pembangunan, masih banyak hambatan yang dihadapi pemerintah. Misalnya, dalam usaha untuk mendukung akses masyarakat terhadap informasi ditemui adanya hambatan paling utama dalam pembangunan informasi dan telematika. Di Sumatera Utara masih banyak masyarakat yang terbatas aksesnya kepada informasi. Oleh karenanya, berbicara tentang efektivitas komunikasi, tentu tidak bisa terlepas dari pembincaraan tentang hasil (*output*) yang diakibatkan komunikasi itu sendiri. Dengan demikian, efektivitas komunikasi dapat diukur dari tingkat perubahan masyarakat dalam menerima informasi tentang inovasi pembangunan yang dilaksanakan pemerintah di Sumatera Utara. Konkritnya, efektivitas komunikasi kelompok yang dilakukan sangat menentukan kesuksesan pencapaian tujuan yang telah direncanakan, baik

dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dari sini dipahami, bahwa syarat utama komunikasi efektif atau efektivitas komunikasi dapat tercapai jika pesan yang disampaikan pada komunikasi kelompok dapat merubah pandangan, opini, dan pendapat masyarakat terkait dengan penyebaran inovasi pembangunan yang dilakukan.

Bila dikaitkan dengan efektivitas kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu dalam penyebaran inovasi di Sumatera Utara, pada satu sisi komunikasi kelompok tersebut dapat dikatakan efektif, karena individu dalam komunikasi kelompok yang dilakukan sudah memahami tujuan pesan-pesan yang diperbincangkan. Kemudian efektivitasnya juga dapat dilihat dari kemanfaatan pesan-pesan dalam merangsang orang-orang yang terlibat dalam komunikasi kelompok tersebut untuk melakukan tindakan, dan mendorong mereka untuk berpikir dengan cara yang baru. Efektivitas komunikasi kelompok tersebut, dapat dikatakan efektif jika informasi-informasi yang disampaikan dapat meningkatkan produktivitas mereka dalam menyebarkan inovasi dan keinginan mereka untuk turut menggunakan inovasi tersebut.

Menurut pendapat dari beberapa pegawai Diskominfo Provsu mengenai kegiatan *coffee morning* yang selama ini dilakukan, mereka mengatakan bahwa *coffee morning* memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kinerja dalam upaya penyebaran inovasi kepada masyarakat. Mereka menilai bahwa *coffee morning* merupakan media yang baik untuk menjalin hubungan baik antara sesama pegawai, atau antara atasan dengan bawahannya dan juga antara pihak Diskominfo dengan mitra strategis lembaga. Seperti yang dijelaskan Sufianto, kegiatan *coffee morning* selain dapat memberikan informasi-informasi penting mengenai pekerjaan ataupun kebijakan-kebijakan yang terkait dengan inovasi

pembangunan, dapat juga menambah pengetahuan, menambah wawasan dan mampu memberikan motivasi bagi pegawai guna memberikan pelayanan informasi yang baik kepada masyarakat, utamanya informasi pembangunan. **24**

Efektivitas kegiatan *coffe morning* sebagai penyebaran informasi bagi masyarakat tidak terlepas juga dari kualitas komunikasi yang dilakukan oleh para pegawai pada saat kegiatan berlangsung. Suasana komunikasi yang penuh kekeluargaan dan kebersamaan dapat mendorong motivasi kerja pegawai untuk meningkatkan kinerja pelayanan dibidang pelayanan informasi kepada masyarakat. *Coffe morning* sebagaimana yang dijelaskan Kepala Diskominfo Provsu, melibatkan berbagai elemen, termasuk mengundang narasumber, meskipun waktunya paling lama 30 menit sampai 60 menit. Narasumber diundang dari lembaga lain, atau para akademisi dan praktisi yang berkopeten dalam bidangnya.

Dari informasi yang diperoleh dari Kepala Diskominfo, dapat ditegaskan bahwa untuk meningkatkan efektivitas kegiatan *coffe morning*, Diskominfo Provsu memilih narasumber yang menjadi komunikator utama dalam kegiatan tersebut. Apa yang dilakukan Diskominfo ini, merupakan salah satu langkah untuk memilih komunikator yang kredibel dalam bidang masing-masing, sehingga apa yang disampaikan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pegawai. Semakin luas wawasan para pegawainya, maka akan semakin meningkat kualitas SDMnya, dan SDM yang handal tentu akan mendukung pelaksanaan pelayanan informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, peran komunikator dalam *coffee morning* sangat penting diperhatikan, karena komunikator dalam *coffee morning* adalah seseorang yang diharapkan dapat membuat suasana menjadi lebih

hangat dan terkendali. Untuk kegiatan tersebut, Diskominfo sengaja memilih narasumber yang kredibel demi terciptanya efektivitas dari *coffee break* itu sendiri. Komunikator dalam *coffee morning* yang diundang Diskominfo sangat bervariasi, mulai dari akademisi, praktisi dan pengamat. Kredibilitas komunikator turut menentukan efektivitas komunikasi. Sebagaimana dijelaskan Rakhmat, kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki komunikator yang dapat menarik khalayak yang pada akhirnya dapat diterima komunikasi. Komponen-komponen kredibilitas menurut Rakhmat terdiri dari kepercayaan dan keahlian. Kepercayaan adalah komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian, ini harus muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna, sedangkan keahlian adalah kemampuan komunikator yang dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. **25**

Berdasarkan paparan di atas, dapat dipahami bahwa pada satu sisi, komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo telah memberikan manfaat yang besar dalam penyebaran inovasi di Sumatera Utara. Tetapi pada sisi lainnya, komunikasi kelompok tersebut belum dapat dikatakan efektif, karena komunikasi kelompok belum banyak memberikan pengaruh terhadap masyarakat umum secara lebih luas. Oleh karena itu, untuk menjaga sisi keberhasilan efektivitas komunikasi yang dianggap mampu memberikan perubahan bagi kelompok, terutama dalam penyebaran inovasi, perlu ditingkatkan. Sebaliknya, komunikasi kelompok yang belum efektif perlu dievaluasi dan dirumuskan kembali komunikasi apa yang tepat dilakukan, sehingga penyebaran inovasi efektif dan efisien.

Tetapi dari hasil amatan penulis, komunikasi kelompok yang sudah ada selama ini, misalnya kegiatan *coffee morning*, temu pers, pemberdayaan KIM dan humas

perlu dijaga dengan baik dan dilerstarikan keberadaanya sebagai bahagian dari penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat. Dalam kaitan ini, menurut hemat penulis ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan oleh Diskominfo Provsu, agar komunikasi kelompok tersebut semakin memberikan efektivitasnya terhadap penyebaran inovasi. Diskominfo Provsu perlu menjaga dan memelihara iklim komunikasi yang selama ini sudah dilaksanakan, pada komunikasi kelompok tersebut harus tetap dijaga nilai-nilai etis komunikasi, misalnya saling menghargai dan memahami, penyampaian informasi juga harus dilakukan secara beretika agar masyarakat tetap mempercayai informasi yang dibahah dalam komunikasi kelompok.

Bila diperhatikan penyebaran inovasi melalui komunikasi kelompok, sebagaimana yang dilakukan Diskominfo Provsu dapat dikatakan efektif. Inovasi pembangunan yang dilakukan melalui *coffe morning*, temu pers, perberdayaan KIM dan kehumasan. Penyebaran inovasi melalui kegiatan *coffe morning* dengan mengundang orang-orang tertentu dari berbagai lembaga dan juga tokoh-tokoh sentral di masyarakat, semakin meningkatkan dukungan masyarakat terhadap pembangunan. Meskipun kadang-kadang masyarakat di lapangan memberikan respons yang rersisten, tetapi penolakan tersebut dapat diatasi dengan baik. Demikian juga dengan temu pers, penyebaran inovasi semakin luas jangkauannya dan cepat diperoleh masyarakat. Penyebaran inovasi melalui KIM dan kehumasan juga dapat mempermudah penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat. Semakin pendeknya jarak penyebaran inovasi semakin hari semakin memperlihatkan semakin tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk memberikan dukungan terhadap kesuksesasan pembangunan yang dilaksanakan.

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap praktik komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu selama ini, dapat dikatakan efektif. Efektivitas tersebut dapat dilihat dari berkesinambungannya komunikasi kelompok antara lembaga dengan stakeholder. Efektivitas komunikasi kelompok yang dilakukan selama tetap terjaga dengan baik karena orang-orang yang terlibat dalam kelompok tersebut mampu menjaga iklim komunikasi dengan baik. Iklim komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang terbuka akan membuat suasana lebih baik dan lebih mengarah kepada kekeluargaan dan kebersamaan. Sebab penulis melihat, bahwa dalam komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo, setiap anggota kelompok merasa bahwa inovasi tentang pembangunan di Sumatera Utara disampaikan secara terbuka, sehingga para wartawanlah misalnya, dapat menyebarkan informasi tentang apa yang mereka peroleh dari lembaga tersebut.

Iklim komunikasi yang berlangsung pada komunikasi kelompok tersebut tentu menjadi modal dalam menjalin hubungan yang sinergi antara media massa dengan lembaga. Tidak hanya itu, iklim komunikasi yang berlangsung selama ini juga dapat menjadikan antara atasan dan bawahan semakin bersinergi dalam penyebaran inovasi pembangunan. Demikian juga antara Diskominfo dengan stakeholder semakin bagus hubungannya. Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Dinas, yang menyatakan bahwa komunikasi yang terjalin secara dinamis selama ini, dapat membantu penyebaran informasi dan inovasi pembangunan kepada masyarakat.

Komunikasi antara elemen-elemen terkait dengan penyebaran inovasi, seperti wartawan, pemberdayaan KIM, kehumasan, dan tokoh-tokoh masyarakat yang dibangun selama ini, mampu membantu penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat. Kami sebagai pihak lembaga, senantiasa berkoordinasi dengan media, dengan para tokoh, humas dan

KIM dalam penyebaran inovasi pembangunan. Harapannya, dari pertemuan-pertemuan rutin yang dilakukan selama ini, dapat mendorong semakin meningkatnya penyebaran inovasi kepada masyarakat. Jadi menurut saya, suasana komunikasi yang sudah dibiasakan selama ini sebagai bagian dari penyebaran inovasi itu sendiri, perlu dilanjutkan dan dijaga kesinambungannya. Bahkan keterbutkaan informasi itu, dapat mendorong iklim komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat akan semakin bagus, **26**

Dari informasi di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi kelompok yang terjalin selama ini antara Diskominfo Provsu pada kegiatan rutin coffee morning, temu pers, pemberdayaan kehumasan dan kelompok strategis lainnya berlangsung secara terbuka. Tentu apa yang dilakukan Diskominfo Provsu tersebut, jika dikaitkan dengan pandangan pakar, dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi yang perlu dipertahankan. Seperti pandangan yang disampaikan Alo Liliweri misalnya, ada empat kompetensi yang diperlukan pegawai atau karyawan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, dalam satu organisasi.

- a. Kompetensi pegawai untuk menyampaikan semua maksud atau isi hatinya secara profesional sesuai dengan kemampuan yang ia tampilkan secara prima,
- b. Kompetensi pegawai untuk berinteraksi secara baik, mampu mengalih bahasakan semua maksud dan isi hatinya secara tepat dan jelas.
- c. Kompetensi pegawai untuk menyesuaikan budaya pribadinya dengan budaya yang sedang dihadapinya.
- d. Kompetensi pegawai dalam menyesuaikan diri untuk mengelola berbagai tekanan orang ataupun lingkungan. **27**

Dikaitkan dengan kegiatan komunikasi kelompok pada Diskominfo Provsu, selain empat aspek yang disebutkan Liliweri, efektifitas komunikasi kelompok juga turut ditentukan interaksi, relasi dan komunikasi dinas tersebut dengan kelompok-kelompok strategi yang menjadi mitra untuk penyebaran inovasi pembangunan. Efektifitas komunikasi kelompok sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator (dalam hal ini Diskominfo Provsu) untuk menjaga keseimbangan antara kegiatan interaksi, relasi dan komunikasi diantara kelompok-kelompok strategis. Dari sini dipahami, bahwa kemampuan berkomunikasi (kompetensi) berkomunikasi, bernegosiasi dan memelihara relasi, memiliki peran strategi dalam meningkatkan semakin terjaganya komunikasi kelompok yang diharapkan sebagai wadah penyebaran inovasi pembangunan. Hubungan antara pentingnya kompetensi komunikasi dengan efektivitas komunikasi kelompok dapat digambarkan sebagai berikut.

Kondisi pendahulu

Kompetensi komunikasi pegawai Diskominfo Pemahaman

terhadap Iklim komunikasi

- 1. Sistem kepribadian**
- 2. Sistem antar pribadi**
- 3. Sistem sosial**
- 4. Sistem budaya organisasi**
- 5. Sistem budaya makro**

Hasil yang dicapai

- 1. Efektifitas dan efisiensi kerja dalam pemasaran**
- 2. Relasi antar pribadi**

Gambar 4. 1. Kaitan Kompetensi Komunikasi dengan Efektivitas komunikasi, 28

Model komunikasi pada gambar di atas menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pada akhirnya sangat didukung oleh iklim komunikasi. Sedangkan iklim komunikasi akan tercipta dengan baik, jika orang-orang yang terlibat komunikasi memahami sistem kepribadian, hubungan antarpribadi, budaya yang berlaku pada satu organisasi. Faktor-faktor ini menjadi pendukung dan turut menentukan efektifnya komunikasi dalam satu kelompok. Iklim komunikasi tersebut merupakan salah satu pendorong efektifnya komunikasi kelompok dalam penyebaran inovasi yang dilakukan Diskominfo Provau. Kelompok-kelompok strategis yang menjadi ujung tombak penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara merasa nyaman untuk mengakses berbagai macam informasi tentang inovasi pembangunan yang dilakukan Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Kenyamanan dalam memperoleh informasi dan keterbukaan pihak lembaga, menjadi motivasi bagi masyarakat untuk semakin giat mengikuti komunikasi kelompok yang dilakukan Inilah yang pernah dikemukakan oleh Redding dalam satu model yang ditawarkannya sebagaimana dikutip Goldhaber.

dimana Redding menjelaskan ada empat unsur yang terkait dalam mewujudkan iklim komunikasi yang membuat komunikasi menjadi efektif.^{29\}

a. Saling Mendukung dan Adanya Kerjasama

Dukungan menjadi faktor utama dalam mendorong terciptanya komunikasi efektif. Dukungan tersebut harus datang dari kedua belah pihak yang sama-sama berkomunikasi. Misalnya, Diskominfo sebagai sumber informasi, para kelompok

strategis seperti wartawan dan lain-lain sebagai yang memerlukan informasi, harus saling mendukung. Diskominfo Provsu yang bertindak sebagai lembaga yang menyebarkan inovasi pembangunan, tentu dalam melaksanakan tugas sehari-hari dihadapkan pada permasalahan yang bermacam-macam. Misalnya, Diskominfo tidak akan mampu menyebarkan informasi tanpa ada media. Maka dalam hal ini media menjadi mitra yang mendukung tugas tersebut. Demikian juga sebaliknya, media yang menyampaikan informasi tentu membutuhkan informasi, maka Diskominfo Provsu juga harus memberikan informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh media.

Dengan demikian, unsur saling dukung-mendukung merupakan modal utama untuk meningkatkan komunikasi kelompok, utamanya dalam meningkatkan komunikasi antara sesama rekan kerja. Hubungan tersebut membuat kedua belah pihak sama-sama merasa penting. Dalam penyebaran inovasi tersebut, dukungan dari pihak-pihak terkait sangat dibutuhkan. Untuk mendapatkan dukungan yang positif, tentu membutuhkan waktu lama, karena ia tidak timbul secara spontan melainkan butuh proses panjang. Temuan penelitian ini membuktikan, bahwa hubungan antara Diskominfo Provsu dengan kelompok-kelompok informasi strategis yang jadi mitra dalam penyebaran inovasi, menjadi faktor pendukung sangat penting. Hal ini didukung oleh informasi yang disampaikan Fitriyus.

Antara lembaga dengan media ataupun katakanlah kelompok strategis informasi masyarakat selam ini sudah bagus. Tentu sikap saling mendukung di antara pihak lembaga dengan pihak-pihak tersebut perlu dipelihara kesinambungannya. Karena dengan adanya sikap saling dukung itu, dapat memudahkan penyebaran inovasi pembangunan. Lembaga memberikan kepercayaan penuh kepada media dan media juga menjalankan tugasnya secara terpercaya akan mampu menyehatkan perkembangan informasi pembangunan yang akan diterima masyarakat.

Untuk proses saling mendukung ini, maka antara lembaga dengan pihak terkait, selalu berkoordinasi dan senantiasa melakukan komunikasi kelompok seperti kegiatan rutin dalam *coffe morning*, temu pers dan sebagainya. **30**

Dari beberapa hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa pada prinsipnya, sikap saling mendukung dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan juga iklim komunikasi yang semakin kondusif. Adanya saling mendukung tersebut, bisa dipastikan akan mampu memudahkan penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Saling dukung tersebut secara otomatis juga akan memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, misalnya masyarakat sebagai pihak yang membutuhkan informasi dapat mengakses informasi secara terbuka, dan lembaga sebagai penyebar inovasi juga merasa terbantu tugasnya. Jadi, saling mendukung memberikan rasa nyaman bagi pihak-pihak terkait dalam proses penyebaran inovasi tersebut.

b. Kredibilitas dan saling percaya

Kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas adalah unsur yang juga memberikan pengaruh besar terhadap pelaksanaan komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu. Misalnya, kepercayaan Diskominfo terhadap kredibilitas orang-orang atau kelompok yang diundang pada kegiatan *coffe morning* dan temu pers ke lembaga tersebut, tentu akan meningkatkan hubungan yang baik karena mereka yang diundang dianggap kredibel dalam tugas-tugas penyebaran inovasi pembangunan. Kredibilitas menunjukkan bahwa sumber pesan atau penyampai pesan maupun menyampaikan peristiwa komunikasi yang layak dipercaya dan bebas dari manipulasi. Kepercayaan Diskominfo terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam penyebaran inovasi tersebut akan mendukung iklim komunikasi

yang sehat. Nilai kepercayaan tersebutlah yang menjadi salah pendorong efektifnya komunikasi kelompok, karena sesama anggota kelompok sudah sama- sama mempercayai. Oleh sebab itu, dapat ditegaskan bahwa tinggi rendahnya kepercayaan diantara sesama anggota kelompok, akan mempengaruhi lancar tidaknya proses penyebaran inovasi. Seperti informasi yang diperoleh penulis dari Fitriyus:

Untuk melaksanakan kegiatan komunikasi kelompok dalam bentuk *coffe morning* dan temu pers, perlu ditanamkan rasa saling percaya, karena itu penting. Kepercayaan Diskominfo kepada para wartawan misalnya, menjadi salah satu upaya yang harus ditumbuhkan, karena wartawan merupakan ujung tombak informasi. Sikap saling percaya itu pada prinsipnya harus dipelihara, terutama antara sesama mitra kerja, tetapi perlu juga saling mengawasi. **31**

Dari wawancara tersebut, Diskominfo menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat melalui keomunikasi kelompok dengan prinsip saling mempercayai. Namun demikian, meskipun misalnya kelompok pers diberikan kepercayaan sebagai ujung tombak penyebaran inovasi pembangunan, tetapi pengawasan tetap diberlakukan, sehingga penyebaran inovasi tersebut benar- benar berjalan sesuai dengan yang diinginkan lembaga tersebut.

c. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo dapat dikatakan efektif, karena masyarakat yang terlibat di dalamnya dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Artinya, masalah-masalah pembangunan yang dibicarakan pada

komunikasi kelompok dengan melibatkan berbagai pihak, mendorong pihak- pihak tersebut turut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Pelibatan setiap anggota dalam komunikasi kelompok, dapat mendorong iklim komunikasi semakin baik. Partisipasi anggota kelompok, sumbangan pemikiran yang diberikan dalam pengambilan keputusan bisa jadi berkontribusi bagi kebaikan lembaga, terutama dalam penyebaran inovasi kepada masyarakat.

Dari pengamatan yang dilakukan, komunikasi kelompok yang dilakukan memungkinkan adanya kesempatan bagi setiap anggota untuk berperan dalam memberikan masukan dan tanggapan. Hal ini penting dilakukan, karena komunikasi yang terjadi selama ini lebih banyak satu arah dari atas kebawah. Hal ini sesuai dengan informasi yang disampaikan Fitriyus.

Komunikasi kelompok yang dilakukan selama ini dapat mendukung suasana komunikasi semakin bagus. Secara internal misalnya, kegiatan- kegiatan komunikasi kelompok seperti coffe morning dapat melibatkan semua pegawai dalam mengambil keputusan. Demikian juga bagi masyarakat yang diundang dalam kegiatan komunikasi kelompok tersebut, seperti wartawan, tokoh masyarakat dan sebagainya, dapat memberikan tanggapan dan sekaligus masukan dalam upaya penyebaran inovasi pembangunan. **32**

Dari informasi yang disampaikan, anggota kelompok dalam pengambilan keputusan dilibatkan dalam mengambil keputusan. Pelibatan kelompok- kelompok masyarakat dalam mengambil keputusan, dapat membantu pemerintah untuk menentukan ke arah mana inovasi pembangunan dilaksanakan. Pelibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan juga dapat memberikan informasi tentang pembangunan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ini juga merupakan

sekaligus strategi dalam mendorong semakin tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan.

d. Keterbukaan dan Keterusterangan

Bila dicermati informasi-informasi yang diperoleh dari hasil wawancara maupun hasil observasi, keterbukaan dan keterusterangan Diskominfo dalam memberikan informasi kepada anggota kelompok turut menentukan bagus tidaknya iklim komunikasi. Keterbukaan dan keterusterangan tersebut yang terus dibina Diskominfo Provsu dalam menjalin hubungan dengan pihak-pihak lain yang terlibat dalam komunikasi kelompok. Penyampaian pesan atau informasi secara terbuka dan berterus terang dapat mendorong motivasi anggota kelompok untuk memaksimalkan kerjanya. Hal ini didukung oleh informasi yang disampaikan oleh seorang Fitriyus.

Menurut saya, pada era informasi sekarang ini tidak perlu lagi ada informasi yang ditutup-tutupi, terutama informasi yang berkaitan dengan kepentingan kesejahteraan rakyat. Tetapi kadang-kadang tidak semua informasi disampaikan secara terbuka dan terus terang. Padahal keterbukaan itu dapat mendorong semakin bagus hubungan diantara orang-orang yang terlibat komunikasi. Tetapi dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara, Diskominfo sudah mulai membuka diri dengan menyajikan informasi tentang inovasi pembangunan secara terbuka. Bagi saya, ini dapat mendorong percepatan pembangunan di Sumatera Utara, dan kalau inovasi itu dijelaskan secara terbuka kepada masyarakat, misalnya seperti dalam komunikasi kelompok seperti yang dilakukan sekarang ini, hal itu pasti dapat memberikan motivasi kepada masyarakat,

untuk dapat mendukung kebijakan pemerintah dalam pelaksanaan pembangunan. 33

Dilihat dari hasil wawancara tersebut, keterbukaan dan keterusterangan dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Keterbukaan dan keterusterangan dapat memberikan efek yang nyaman bagi anggota kelompok, ketika mereka berada pada satu kelompok tertentu. Namun demikian, keterbukaan dan keterusterangan bukan berarti membuka secara terang-terangan seluruh informasi yang dibutuhkan oleh anggota kelompok. Dengan demikian, keterbukaan dan keterusterangan sangat mempengaruhi kinerja Diskominfo dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Dalam persoalan keterbukaan dan keterusterangan ini, semua informasi yang berhubungan dengan terselenggaranya kinerja yang bagus, harus disampaikan secara terbuka dan terus terang. Inilah yang membuat komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu menjadi lebih efektif.

Mencermati perkembangan yang diamati penulis dari komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu, efektivitasnya komunikasi kelompok yang dilakukan, tidak terlepas dari beberapa hal, yaitu: 1) sesama anggota kelompok saling menjaga etika penyebaran informasi. 2) Diskominfo Provsu berorientasi pada penerima pesan. 3) Diskominfo Provsu memanfaatkan teknologi dalam memperoleh dan berbagai informasi.

1. Saling menjaga etika penyebaran informasi.

Bila dianalisis dari informasi yang disampaikan beberapa informan, bahwa dalam komunikasi kelompok terjadi keterbukaan dan keterusterangan dalam penyampaian informasi. Demikian juga ada sikap saling mendukung. Ini tentu merupakan salah satu bentuk keinginan untuk menjaga etika dalam penyebaran

informasi. Sikap berterus terang dan terbuka bertujuan untuk menunjukkan kejujuran dalam menyampaikan informasi. Etika yang seperti ini dalam proses komunikasi kelompok perlu diperhatikan, karena dalam komunikasi kelompok tentu banyak orang yang terlibat di dalamnya. Etika berkomunikasi yaitu, bagaimana menyampaikan pesan atau ide-ide agar sesuai dengan norma yang diatur dalam kelompok tersebut. Misalnya, saling hormat menghormati, harga- menghargai, tenggang rasa dan lain-lainnya. Dengan adanya etika dalam berkomunikasi, hubungan komunikasi yang terjalin antara sesama anggota dalam satu kelompok menjadi lebih efektif.

Etika dalam berkomunikasi merupakan sikap hormat dan sikap menghargai terhadap orang lain yang menjadi mitra dialog. Dengan sikap ini, seseorang disadarkan agar tidak mementingkan diri sendiri, akan tetapi lebih mengutamakan kepentingan bersama dan kepentingan orang banyak. Dalam kelompok, yang diutamakan adalah bagaimana agar seluruh anggota kelompok sama-sama mendapatkan hak dalam pemerataan informasi. Dalam hal ini setiap anggota kelompok diharapkan untuk memahami yang satu dengan yang lainnya, sehingga hubungan emosional semakin erat di antara anggota kelompok. Hubungan semakin erat dapat menambah motivasi bagi setiap anggota kelompok untuk meningkatkan komunikasinya.

Dari temuan penulis di lokasi penelitian, efektifnya komunikasi kelompok dalam penyebaran inovasi pembangunan yang dilakukan Diskominfo Provsu adalah karena jalinan komunikasi yang dilakukan dilandaskan pada norma atau etika dalam kelompok. Hal ini menyebabkan komunikasi yang terjalin begitu ceria, antara Diskominfo dengan masyarakat yang terlibat dalam komunikasi kelompok yang dilakukan di lembaga tersebut.

2. Berorientasi pada penerima pesan.

Penerima pesan dalam proses komunikasi yang disebut sebagai komunikan, adalah sasaran penyebaran informasi yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi kelompok pada Diskominfo Provsu, yang menjadi sasaran komunikasi adalah pers atau wartawan yang diundang pada kegiatan temu pers, tokoh masyarakat, tokoh agama, para pegawai, humas di lingkungan pemerintahan yang diundang dalam kegiatan coffe morning.

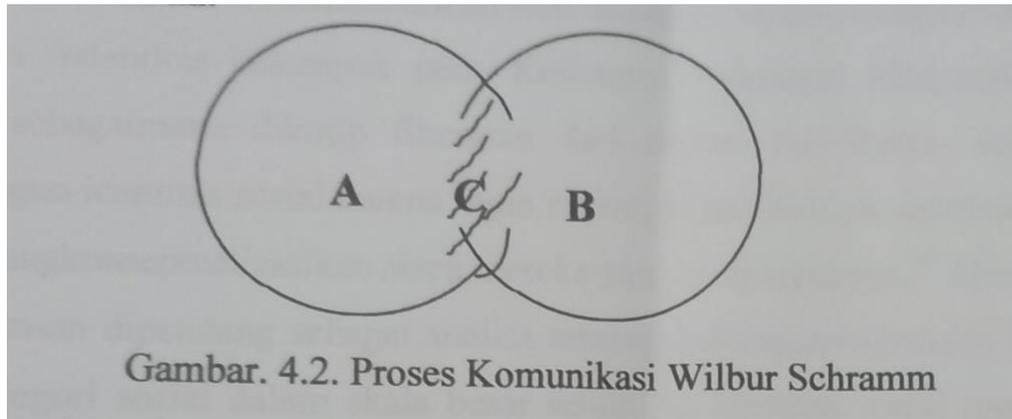
Efektifitas komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo tidak terlepas dari adanya keinginan untuk melakukan pendekatan sesuai dengan kebutuhan sasaran atau penerima pesan. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan terlebih dahulu dirancang, disiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan khalayak. Selain itu, untuk meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan, Diskominfo Provsu juga memetakan potensi komunikan yang menjadi sasaran penyebaran inovasi pembangunan. Secara teoritis, diantara langkah yang dapat dilakukan dalam mencapai efektivitas komunikasi adalah merancang pesan yang akan disampaikan sebelum informasi disampaikan kepada khalayak. Selain itu, untuk mencapai keefektifan pesan, terlebih dahulu diperhatikan kepada siapa informasi itu disampaikan dan bagaimana tindak lanjut dari informasi tersebut.

Dalam kaitannya dengan komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu, lembaga tersebut selalu memperhatikan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat, sehingga informasi tentang inovasi pembangunan dapat terlaksana dengan baik. Hal yang demikian dikuatkan oleh informasi yang diperoleh penulis dari hasil wawancara dengan Nurhayati Siahaan.

Dalam rangka penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat yang ada di Sumatera Utara, informasi tentang inovasi yang akan disampaikan kepada masyarakat akan disampaikan melalui media massa cetak, maupun media massa elektronik. Tetapi sebelum inovasi disebarkan kepada masyarakat, terlebih dahulu dirancang tentang bagaimana inovasi itu diinformasikan, kepada siapa sasaran inovasi tersebut disampaikan. Penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara, dilakukan secara kondisional dengan memperhatikan masyarakat sasaran penyebaran inovasi tersebut. Kemudian, inovasi pembangunan yang disebarkan kepada masyarakat ditindak lanjuti dengan cara mengamati respons masyarakat terhadap inovasi yang disampaikan melalui media massa maupun komunikasi kelompok. **34**

Untuk menjaga efektifitas komunikasi kelompok, penyebaran inovasi yang dilakukan Diskominfo berorientasi pada penerima. Diskominfo menyampaikan informasi dengan memperhatikan kegunaan informasi bagi masyarakat. Dari temuan ini, dapat dipahami bahwa proses komunikasi yang berlangsung akan semakin menguat, pada saat kedua belah pihak, yaitu antara Diskominfo dengan masyarakat sebagai pengguna informasi merasa saling diuntungkan. Dengan adanya komunikasi yang intensif dalam komunikasi kelompok, Diskominfo sebagai komunikator dapat menumbuhkan hubungan yang bagus dan iklim komunikasi yang dinamis dengan setiap anggota kelompok.

Temuan penelitian ini menguatkan teori yang dikemukakan Wilbur Schramm, bahwa seseorang akan menentukan tindakannya untuk berkomunikasi atau tidak apabila ia memperoleh keuntungan dari komunikasi tersebut, 35 Komunikasi akan terus berlanjut apabila perbandingan antara harapan yang diperoleh lebih besar dari usaha yang dilakukannya untuk mencapai keuntungan tertentu. Wilbur Schramm menggambar komunikasi yang disebutkan seperti



gambar dibawah ini.

Gambar di atas memperlihatkan arsiran pada wilayah C dimana kedua belah pihak yang berkomunikasi pada titik yang merasa sama-sama diuntungkan, sehingga kedua belah pihak merasa hubungannya harus tetap dilanjutkan, karena masing-masing mendapatkan keuntungan dari komunikasi yang berlangsung. Dengan demikian, berlanjutnya komunikasi kelompok pada kegiatan coffe morning, temu pers, pemberdayaan KIM yang dilakukan Diskominfo Provsu, karena kedua belah pihak merasa sama-sama diuntungkan. Hubungan tersebut tidak dapat dipisahkan, sepanjang komunikasi yang dilakukan memberi keuntungan.

Temuan penelitian ini juga menguatkan bahwa dalam komunikasi kelompokpun sebenarnya terjadi komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi antara satu orang dengan orang lain yang ada dalam kelompok. Komunikasi antara satu orang dengan orang lain adalah bahagian dari komunikasi kelompok,

yang sifatnya lebih besar dan jumlahnya lebih banyak. Temuan ini menguatkan teori pertukaran (exchange theory) yang dikemukakan oleh Jhon Thibaut, George Homas dan Harlod Kelley. Teori ini menganggap hubungan interpersonal tidak ubahnya bagaikan sebuah transaksi dagang. Artinya, hubungan yang terjadi antar individu yang terlibat dalam proses komunikasi disebabkan karena adanya harapan untuk saling memenuhi kebutuhan. Seseorang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Setiap individu secara sukarela akan mempertahankan sebuah hubungan sosial, selama hubungan tersebut dianggap cukup menguntungkan bagi mereka. 36

Kuatnya hubungan sosial yang terbentuk pada komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo, menumbuhkan satu semangat dalam membentuk identitas. Misalnya indentitas kelompok pers, Kelompok Informasi Masyarakat. Secara teoritis sebagaimana dikutip Sherman dari Baron dan Byrne, setiap orang membangun identitas sosial karena ingin menunjukkan dirinya, membantu dirinya untuk mengkonseptualisasikan siapa mereka yang sesungguhnya, 37 Identitas sosial secara umum dipandang sebagai analisa tentang hubungan-hubungan inter-group antar kategori sosial dalam skala besar selain itu identitas sosial juga diartikan sebagai proses pembentukan konsepsi kognitif kelompok sosial dan anggota kelompok.

Lebih sederhana lagi identitas sosial adalah kesadaran diri secara khusus diberikan kepada hubungan anatar kelompok dan hubungan antar individu dalam kelompok. Pembentukan kognitif sosial banyak dipengaruhi oleh pertemuan antara anggota individu dalam kelompok, orientasi peran individu dan partisipasi individu dalam kelompok sosial. Melalui komunikasi kelompok, setiap anggota dapat berinteraksi dan saling bertukar pandangan tentang apa yang mereka ketahui sehingga kelompok tersebut dapat mengokohkan hubungan yang baik di antara mereka.

Secara teoritis disampaikan, bahwa setiap individu menemukan suatu kenyamanan dengan bergabung dan berinteraksi dalam suatu kelompok, karena di dalam kelompok seseorang akan merasa bahwa dirinya disukai dan diterima. Perasaan disukai dan diterima semacam ini sangat penting bagi semua usia dalam rentang kehidupan manusia menguatkan kohesi kelompok. Kohesi kelompok, yaitu perasaan bahwa orang bersama-sama dalam kelompok. Leon Festinger memberikan definisi kohesi kelompok sebagai kekuatan yang memelihara dan menjaga anggota dalam kelompok. 38

Manusia masuk ke dalam kelompok untuk berbagai-bagai alasan misalnya: oleh karena masalah biaya, persaingan dalam hal permintaan barang dan juga waktu, perubahan di dalam ciri keanggotaan misalnya: usia, perubahan dalam aktivitas dan tujuan dalam kelompok. Kelompok dengan kohesi yang lemah akan memiliki kemungkinan perpecahan yang tinggi, dibandingkan dengan kelompok dengan kohesi yang tinggi. Kohesivitas bergantung pada tingkat keterikatan individu yang dimiliki setiap anggota kelompok. Apabila anggota kelompok saling menyukai satu sama lain dan diikat dengan ikatan persahabatan, kohesivitasnya akan tinggi. Kohesi kelompok inilah yang terus dikuatkan Diskominfo Provsu melalui kegiatan coffee morning, temu pers, pemberdayaan KIM dan Bakohumas.

3. Memanfaatkan teknologi.

Perkembangan teknologi komunikasi adalah suatu kemestian yang tidak bisa ditolak. Dalam tatanan dunia yang terus bergerak dari era industrialisasi ke era informasi, teknologi komunikasi merupakan aspek paling vital dalam memudahkan hubungan antarmanusia. Perkembangan teknologi paralel dengan kemajuan ilmu pengetahuan manusia. Disadari atau tidak, perkembangan teknologi telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Meminjam istilah McLuhan, kemajuan teknologi telah menjadikan manusia hidup dalam sebuah desa global (global village). Realitas ini telah

membawa masyarakat, termasuk masyarakat di Sumatera Utara masuk ke dalam era masyarakat informasi, sehingga pemanfaatannya dalam penyebaran inovasi pembangunan menjadi satu keharusan.

Teknologi komunikasi telah melahirkan suatu era yang sering disebut para ahli sebagai era informasi. Era ini diilhami oleh munculnya temuan-temuan baru dalam pertelekomunikasian yang didukung oleh teknologi komunikasi. Konsekuensi yang muncul pada era ini adalah terjadinya ledakan informasi yang tanpa batas. Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan information society (masyarakat informasi). Dalam aktivitas kehidupan masyarakat informasi, teknologi merupakan aspek paling vital dalam menuntaskan dan memudahkan berbagai persoalan kehidupan.

Salah satu bentuk teknologi yang beberapa dekade terakhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah teknologi komunikasi dan informasi. Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke perangkat lainnya. Karena itu, teknologi komunikasi dan teknologi informasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan.

Teknologi komunikasi yang berkembang pesat dapat dikatakan memiliki added value (nilai tambah), apabila akses terhadap teknologi beserta segala kecanggihannya dapat dinikmati dan dimaknai secara positif oleh semua lapisan masyarakat. Sebab itu, pada era perkembangan teknologi yang terjadi sekarang, di samping mengetahui berbagai jenis produk teknologi seperti media,

masyarakat dituntut agar lebih memahami dengan baik penggunaan teknologi tersebut secara optimal, efisien, dan berdaya guna dalam penyebaran inovasi pembangunan.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dalam bidang komunikasi, disebut para ahli sebagai revolusi komunikasi. Perubahan itu terjadi seiring dengan ditemukannya berbagai temuan dibidang teknologi, sehingga apa yang menjadi kendala manusia untuk berkomunikasi, sekarang menjadi bebas tanpa batas. Revolusi komunikasi ini diawali dari terjadinya revolusi sains. Dalam istilah S. Khun, revolusi sains sebagai episode perkembangan yang terjadi, dimana paradigm lama digantikan oleh paradigma baru.³⁹ Bernard Cohen juga mengatakan, revolusi sains tersebut, dipahami sebagai tahapan-tahapan dalam pembangunan dan transformasi produksi ide-ide sebagai inovasi dan revolusi. ⁴⁰

Konkritnya, perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang cukup drastis terhadap kehidupan manusia. Pada saat ini kemajuan teknologi terus berkembang dengan pesat, sehingga memaksa setiap orang untuk turut ambil bagian di dalamnya. Kemajuan teknologi juga dengan telah membantu percepatan penyebaran informasi, sehingga harus diakui bahwa dengan bantuan teknologi komunikasi, informasi hadir dengan cepat, sehingga siapa saja, dimana dan kapan saja informasi bisa didapatkan. Dengan kemajuan teknologi informasi, ruang dan waktu dapat diretas, karena yang jauh terasa dekat dan dengan teknologi ind diharapkan penyebaran inovasi menjadi lebih maksimal, sehingga tidak ada alasan bagi lembaga, organisasi maupun kelompok untuk tidak memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi informasi sebagai sumber pelacakan informasi.

Untuk mendukung efektifitas komunikasi kelompok, Diskominfo Provsu juga memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi tersebut. Hal ini diperoleh dari adanya website yang digunakan Diskominfo untuk menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Teknologi komunikasi melalui website menjadi

satu pilihan Diskominfo Provsu sebagai media komunikasi yang lebih efektif dan efisien. Dari hasil temuan lapangan, untuk meningkatkan intensitas komunikasi, kelompok, situs dan website Diskominfo dikelola dengan baik, sehingga siapa saja masyarakat yang mengaksesnya dapat melihat informasi tentang pembangunan Sumatera Utara di dalamnya.. Hal tersebut diakui oleh seorang Evi Zarnita.

Untuk meningkatkan efektifitas komunikasi kelompok, Diskominfo Provsu juga menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi. Diskominfo menggunakan website untuk melihat berbagai macam informasi yang sedang berkembang, baik yang sifatnya dari dalam keluar dan dari luar ke dalam. Diskominfo juga menggunakan surat email yang sewaktu-waktu bisa digunakan untuk melihat berbagai informasi berupa saran dari masyarakat. 41

Dengan demikian, untuk menjaga efektifitas komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo, dilakukan komunikasi melalui *website*. Namun demikian, yang tidak luput dari perhatian Diskominfo adalah bahwa dalam setiap komunikasi yang dilakukan, setiap orang dituntut untuk mempunyai kemampuan menciptakan dan memproses pesan dengan baik sehingga pesan yang disampaikan efektif dan efisien. Apabila pesan tersebut disampaikan kepada penerima pesan, maka orang yang menerima pesan memahami dan melaksanakan maksud dan tujuan pesan tersebut,

Komunikasi kelompok yang efektif dapat mendorong semakin tingginya kerjasama antara Diskominfo dengan stakeholder. Oleh sebab itu, sebagai suatu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan informasi kepada masyarakat. Diskominfo Provau terus berupaya meningkatkan kualitas website yang mereka miliki. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa komunikasi kelompok yang efektif dapat mendorong meningkatnya hubungan antar lembaga.

Sebagaimana disebutkan bahwa komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu dapat dikatakan efektif. Efektifnya komunikasi kelompok tersebut hanya bagi anggota-anggota kelompok yang ikut pada kegiatan rutin yang dilakukan lembaga tersebut. Tetapi jika ditarik kepada konteks yang lebih luas, yaitu kepada masyarakat Sumatera Utara secara keseluruhan, efektifitas komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo dapat dikatakan belum optimal atau kurang efektif. Hal ini ditegaskan, karena masyarakat Sumatera Utara bukan hanya masyarakat yang diundang pada komunikasi kelompok yang juga bukan representasi keseluruhan masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran inovasi pembangunan. Masyarakat Sumatera Utara lebih banyak berdomisi di desa-desa dan sebahagiannya sulit dijangkau informasi.

Bagi mereka yang ada di desa-desa, tentu komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu kurang memberi efek, sehingga wajar jika satu inovasi itu diperkenalkan, masyarakat melakukan resistensi atau penolakan. Misalnya inovasi tentang pembangunan infrastruktur, banyak di antara masyarakat yang menolak hal tersebut, karena menganggap hal itu merugikan mereka karena lahan mereka menjadi korban pembangunan infrastruktur yang dilaksanakan. Demikian juga dengan inovasi dalam bidang pertanian, masyarakat tidak serta merta menerima inovasi pertanian yang ditawarkan kepada mereka, karena menganggap bahwa cara bertani merekalah selama inilah yang benar. Maka resistensi atau penolakan dari masyarakat terhadap inovasi yang ditawarkan menunjukkan tidak efektifnya keluar komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo selama ini.

Untuk mengatasi persoalan tersebut, penulis melihat bahwa komunikator pembangunan pada Diskominfo harus memiliki kompetensi dalam mendiagnosa permasalahan masyarakat dari berbagai sudut pandang, sehingga permasalahan terhambatnya penyebaran inovasi pembangunan dapat diatasi. Sebab kalau diperhatikan, Provinsi Sumatera Utara merupakan provinsi potensial dari berbagai

aspek. Provinsi Sumatera Utara memiliki berbagai jenis potensi kekayaan bumi dan kekayaan alam, seperti energi dan bahan mineral yang tersebar diberbagai daerah, demikian juga lahan pertanian, industri dan lain-lain. Provinsi Sumatera juga memiliki kekayaan alam yang dapat dijadikan sebagai objek wisata, tetapi sebahagian belum dapat dikelola dan dimanfaatkan masyarakat secara maksimal.

Mengamati persoalan di atas, ada dua paradigma yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk mendiagnosa permasalahan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Pertama, melihat masalah pembangunan ada pada masyarakat. Kedua, melihat permasalahan ada pada struktur dan sistem yang tidak adil. Menyikapi paradigma pertama, maka pembangunan perlu ditekankan agar berlangsung dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan, sedangkan pemerintah mempunyai tugas utama untuk membimbing, mengarahkan dan menciptakan suasana kondusif. Berdasarkan paradigma ini, maka peran masyarakat perlu ditingkatkan dengan cara melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan-keputusan sebelum pembangunan dimulai. Masyarakat juga harus dilibatkan dalam proses perencanaan pembangunan dan meningkatkan peran lembaga kemasyarakatan dan melestarikan lembaga adapt, karena lembaga ada juga sangat kuat perannya sebagai wadah silaturahmi dan berinteraksi bagi masyarakat di Sumatera Utara. Paradigma kedua, melihat masalah ada pada struktur dan sistem yang tidak adil. Maka dalam hal ini pemerintah harus: (1) menegaskan akan arti pentingnya inovasi pembangunan tersebut terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat; (2) pemerintah harus menegaskan akan arti pentingnya kehadiran dan partisipasi masyarakat dalam mendorong suksesnya pembangunan yang akan dilaksanakan;. (3) pemerintah harus mendukung pembangunan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Kedua paradigma di atas menjadi sangat penting bagi penyebaran inovasi pembangunan yang efektif. Karena kegagalan pembangunan atau pembangunan

tidak memenuhi sasaran disebabkan oleh kurang mendalamnya diagnosa para agen komunikasi terhadap kedua paradigma di atas. Akibatnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan sangat rendah. Bahkan bersikap acuh terhadap rencana pembangunan yang dilakukan pemerintah. Keadaan ini terjadi karena beberapa hal: Pertama, pembangunan hanya menguntungkan segolongan kecil orang dan tidak menguntungkan rakyat banyak, bahkan pada sisi ekstrem dirasakan merugikan sebahagian masyarakat. Kedua, meskipun pembangunan dimaksudkan menguntungkan masyarakat, tetapi masyarakat kurang memahami maksud dan tujuan pembangunan tersebut. Ketiga, pembangunan dipahami akan menguntungkan rakyat tetapi rakyat tidak diikutsertakan. Dengan demikian, pemerintah harus tetap memberikan keleluasaan dan kesempatan bagi masyarakat untuk menggali gagasan, dan menyampaikan aspirasinya dalam kegiatan pembangunan yang dilaksanakan.

Kurang maksimalnya pengelolaan berbagai sumber daya alam dan sumber daya mineral yang ada di Sumatera Utara, tentu menjadi indikator belum efektifnya komunikasi yang dilakukan Diskominfo dalam menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat. Kondisi ini menuntut Pemerintah Provinsi Sumatera Utara membutuhkan agen komunikasi pembangunan yang memadai, baik kualitas maupun kuantitasnya. Komunikator pembangunan yang hanya berjumlah 10 orang pada Diskominfo Provsu tidak bisa dipadankan, tetapi harus ditambah sesuai dengan luasnya daerah Sumatera Utara dan kompleksnya persoalan pembangunan di provinsi ini. Belum lagi pembangunan yang akan dilakukan berhadapan dengan masyarakat, demikian juga dengan persoalan keyakinan, budaya dan tradisi masyarakat. Tentu ini harus menjadi bahan diagnosa bagi Diskominfo untuk berupaya mencari langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya.

Di samping itu, pemerintah harus lebih berani untuk merubah paradigma tradisional masyarakat Sumatera Utara, khususnya masyarakat yang resisten

terhadap inovasi itu sendiri. Sebagai upaya untuk merubah paradigma tersebut, pemerintah bisa melakukannya dengan cara pendampingan dan pemberian penyuluhan pembangunan secara berkesinambungan sampai masyarakat memahami pentingnya keikutsertaan mereka dalam pembangunan, dan pentingnya inovasi pembangunan dilakukan. Kegagalan untuk merubah paradigma masyarakat tradisional ke modern misalnya, adalah indikasi tidak berhasilnya penyebaran inovasi yang disampaikan. 42

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa komunikasi kelompok yang dilakukan Diskominfo Provsu efektif bagi kelompok yang ikut dalam kegiatan *coffee morning*, temu pers, KIM dan Bakohumas. Sedangkan bagi masyarakat umum di wilayah Sumatera Utara dapat dikatakan kurang efektif. Tidak efektifnya terlihat dari adanya resistensi masyarakat terhadap inovasi pembangunan yang dilakukan. Dalam meningkatkan efektivitas penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat di Sumatera Utara, Diskominfo Provsu merancang strategi komunikasi penyebaran inovasi yang relevan dengan situasi dan kondisi masyarakat Sumatera Utara.

Strategi diperlukan sebagai pedoman yang dibutuhkan dalam penyelenggaraan tugas-tugas dan fungsi pemerintahan agar terdapat kesatuan aturan yang ditempuh untuk mencapai tujuan dan sasaran sesuai visi dan misi. Strategi terdiri dari kebijakan, program, dan kegiatan yang dijalankan dalam merealisasikan tujuan dan sasaran. Kemampuan menjalin hubungan komunikasi merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat.

Strategi tentu erat dengan peranan yang harus dimainkan oleh orang-orang terkait dengan penerapan strategi tersebut. Misalnya, Diskominfo Provsu sebagai elemen penting dalam penyiaran dan keterbukaan informasi, berperan sebagai mediator informasi antara pemerintah dengan masyarakat, antara masyarakat dengan pemerintah, antara masyarakat dengan masyarakat.

Mencermati perkembangan di lapangan, penulis memperhatikan ada empat peran yang dimainkan Diskominfo Provsu dalam melakukan strategi penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat, yaitu sebagai katalisator, sebagai problem solving dan sebagai penyebar informasi, sebagai penghubung.

Pertama, berperan sebagai katalisator. Artinya, Diskominfo Provsu berperan sebagai satu lembaga yang berupaya menggerakkan masyarakat untuk bersedia mendukung program pembangunan pemerintah. Sebagaimana dipahami bahwa pelaksanaan pembangunan yang telah dirancang oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak didukung masyarakat. Oleh sebab itu, Diskominfo Provsu terus melakukan upaya-upaya pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan strategi komunikasi yang sesuai dengan masyarakat. Sebagaimana diperhatikan dari data yang telah disampaikan di atas, bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan seperti temu pers, *coffe morning*, pemberdayaan KIM dan humas, adalah bahagian dari strategi komunikasi yang dilakukan.

Kedua, Diskominfo Provsu dalam memainkan strategi komunikasi penyebaran inovasi pembangunan, juga berperan sebagai pemberi arah dan pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat. Sebagaimana dipahami, bahwa bagaimanapun kondisi masyarakat di Sumatera Utara, itu menjadi tanggung jawab pemerintah. Oleh sebab itu, sebagai problem solver bagi masyarakat, Diskominfo Provsu lebih intensif dalam memberikan motivasi kepada masyarakat, agar mereka turut berpartisipasi aktif dalam pembangunan. Diskominfo Provsu berperan sebagai penunjuk jalan bagi pemecahan persoalan (*problem solver*) yang dihadapi masyarakat

Dalam kaitan ini, menurut keterangan yang diperoleh dari Evi Zamita, Diskominfo menyampaikan solusi bagi persoalan pembangunan melalui media massa. Misalnya, setelah adanya pertemuan-pertemuan intensif pada pertemuan kelompok pada saat *coffe morning*, temu pers, KIM dan kehumasan, maka apa

yang menjadi masalah masyarakat dalam pembangunan, hal itu yang menjadi prioritas utama yang diselesaikan oleh pemerintah. Tujuannya adalah terwujud kesejahteraan masyarakat. Misalnya dalam hal pertanian, masyarakat belum mau menggunakan alat-alat modern atau menggunakan bibit unggul, maka sebagai solusinya melalui media, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara memberikan penyuluhan pertanian terkait dengan hal itu sehingga masyarakat bersedia menggunakannya.

Ketiga, berperan sebagai penyebar informasi. Sebagaimana dipahami bahwa pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan petunjuk kepada masyarakat dalam rangka memperkenalkan mereka pada penemuan-penemuan baru (inovasi). Pemerintah juga bertanggung jawab untuk mendiagnosa masalah masyarakat dan merumuskan hal-hal yang dibutuhkan masyarakat. Dalam hal ini, menurut informasi yang diperoleh, Diskominfo Provsu memperkenalkan inovasi dan ide-ide baru terkait dengan pembangunan kepada masyarakat. Kesadaran dalam menerima inovasi baru dalam pembangunan merupakan salah satu instrumen bagi pemerintah untuk merespon secara cepat, efisien dan efektif atas masalah dan kebutuhan masyarakat. Ketika masyarakat sudah menyadari pentingnya inovasi dalam pembangunan, maka hal tersebut dapat mengurangi beban pemerintah dan sekaligus mempercepat terlaksananya program pembangunan. Disinilah pentingnya Diskominfo Provsu memainkan perannya sebagai lembaga penyebaran informasi pembangunan Sumatera Utara.

Keempat, Diskominfo Provsu berperan sebagai penghubung. Dalam hal ini, dapat diperhatikan bahwa Diskominfo berperan sebagai penghubung (linker) antara masyarakat dengan berbagai akses yang mereka butuhkan. Hal ini penting, karena tidak semua masyarakat yang ada, memiliki kemampuan yang sama dalam

mengelola dan memperoleh informasi pembangunan, terutama mereka yang tinggal di desa-desa. Demikian juga sebaliknya, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara juga memiliki keterbatasan dalam menyelenggarakan pelayanan publik dan pembangunan yang bisa menjangkau semua daerah. Jadi untuk mengatasi hal tersebut, Diskominfo Provsu menjadi agen untuk menghubungkan masyarakat dengan pihak-pihak terkait.

Misalnya, Diskominfo menjadi penghubung masyarakat dalam melakukan kerjasama dengan pihak ketiga, yaitu stake holder. Seperti kerjasama antara masyarakat dengan pihak lain dalam peningkatan perekonomian masyarakat, peningkatan pelayanan pendidikan, kesehatan, sosial budaya, ketentraman dan ketertiban, pemanfaatan sumber daya alam dan teknologi tepat guna dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks inilah Diskominfo berperan sebagai penghubung antara kepentingan sejumlah pihak-pihak terkait.

Berdasarkan paparan di atas, peran-peran tersebut sangat penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Diskominfo Provsu sebagai agen komunikasi pembangunan dituntut agar memiliki kemampuan untuk mendiagnosa permasalahan masyarakat dari berbagai sudut pandang, sehingga permasalahan tersebut dapat diatasi dan dapat diperbaiki secara komprehensif.

Bagi Diskominfo, strategi komunikasi diperlukan dalam penyebaran inovasi, misalnya pada saat mempersiapkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat melalui wartawan, hubungan kehumasan, KIM dan kelompok informasi strategis lainnya. Pada pertemuan-pertemuan dengan kelompok ini, Diskominfo Provsu melakukan komunikasi interaktif. Dalam komunikasi interaktif, Diskominfo menyampaikan inovasi pembangunan yang selanjutnya untuk diteruskan informasinya kepada masyarakat. Melalui komunikasi interaktif tersebut, pemerintah juga berusaha mengidentifikasi masalah yang dihadapi

masyarakat dan pembangunan yang dibutuhkan masyarakat, sehingga pembangunan yang dilakukan tidak semata-mata menjadi keinginan pemerintah, tetapi benar-benar keinginan masyarakat

Strategi komunikasi adalah ibarat napas bagi sebuah lembaga dalam rangka menjalankan misi penyiaran informasi. Dari sinilah dipahami, bahwa syarat utama strategi komunikasi adalah perencanaan secara makro maupun mikro. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Evi Zarnita strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Provsdu dalam menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara adalah melalui komunikasi kelompok, komunikasi tatap muka dan pemberdayaan KIM yang ada di masyarakat.

Strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo untuk menyebarkan inovasi pembangunan adalah melalui komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok tersebut, yaitu dengan mengadakan temu pers, coffe morning. melalui jasa kehumasan, dan juga komunikasi interpersonal dengan pi pihak-pihak tertentu, misalnya tokoh agama, tokoh masyarakat kelompok mitra strategis yang menjadi stakeholders pada Diskominfo Provsu. Agar kegiatan tersebut berjalan lancar, dalam komunikasi kelompok diadakan diskusi, sharing informasi dan penyiaran informasi keluar melalui media. 43

Dari informasi di atas, dapat dicermati bahwa salah satu penentu yang paling penting dalam penyebaran informasi adalah terletak pada strategi, teknik dan metode yang digunakan lembaga. Dari analisis yang dilakukan, secara umum penyebaran informasi dan inovasi pembangunan yang dilakukan Diskominfo Provsu, dapat dikategorikan kepada dua macam teknik, yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.

1. Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka (*face to face*) adalah komunikasi yang berlangsung di mana antara komunikator dengan komunikan berhadap-hadapan. Dalam strategi ini, sepanjang pengamatan yang dilakukan, Diskominfo Provsu bertindak sebagai komunikator sedangkan komunikannya adalah masyarakat yang sudah dihimpun dalam kelompok-kelompok, seperti kelompok wartawan, tokoh masyarakat, kehumasan di setiap lembaga, dan juga masyarakat yang terhimpun dalam KIM di desa-desa. Dalam kajian komunikasi, proses komunikasi ini disebut juga sebagai komunikasi primer, karena informasi langsung disampaikan oleh komunikator kepada komunikan tanpa perantara. Komunikasi model ini sering digunakan dalam rangka melakukan perubahan pada tingkah laku (*behaviour change*) dari masyarakat. Karena sewaktu berkomunikasi, terjadi umpan balik atau dialog langsung karena antara komunikator dengan komunikan dapat saling melihat dan berhadap-hadapan. Kondisi seperti ini lebih memungkinkan bagi orang-orang yang terlibat komunikasi untuk saling mengetahui situasi dan kondisi masing-masing.

Dari pengamatan yang dilakukan, komunikasi primer atau tatap muka ini banyak dilakukan Diskominfo Provsu dengan melibatkan masyarakat secara langsung, misalnya seperti dialog tanya jawab. Komunikasi tatap muka dilakukan Diskominfo adalah dengan dua cara, yaitu komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok. Komunikasi antarpersonal yang peneliti amati adalah pada kegiatan kelompok seperti pada kegiatan *coffe morning*. Kegiatan ini menjadi salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Provsu untuk penguatan peran lembaga untuk melakukan konsolidasi internal maupun eksternal. Artinya, ke dalam bermanfaat untuk melakukan konsolidasi di antara sesama pegawai, baik antara atasan maupun bawahan, dan antara sesama pegawai sejenjang dalam jabatan masing-masing. Sedangkan keluar, *coffe morning* adalah sebagai strategi untuk menguatkan kerjasama dengan stakeholder, dan mitra strategis Diskominfo Provsu. Kondisi ini menunjukkan komunikasi sangat

penting dalam meningkatkan eksistensi satu organisasi, apapun bentuknya dan bidang kegiatannya, terutama organisasi yang berkaitan erat dengan penyebaran informasi. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jalannya roda organisasi.

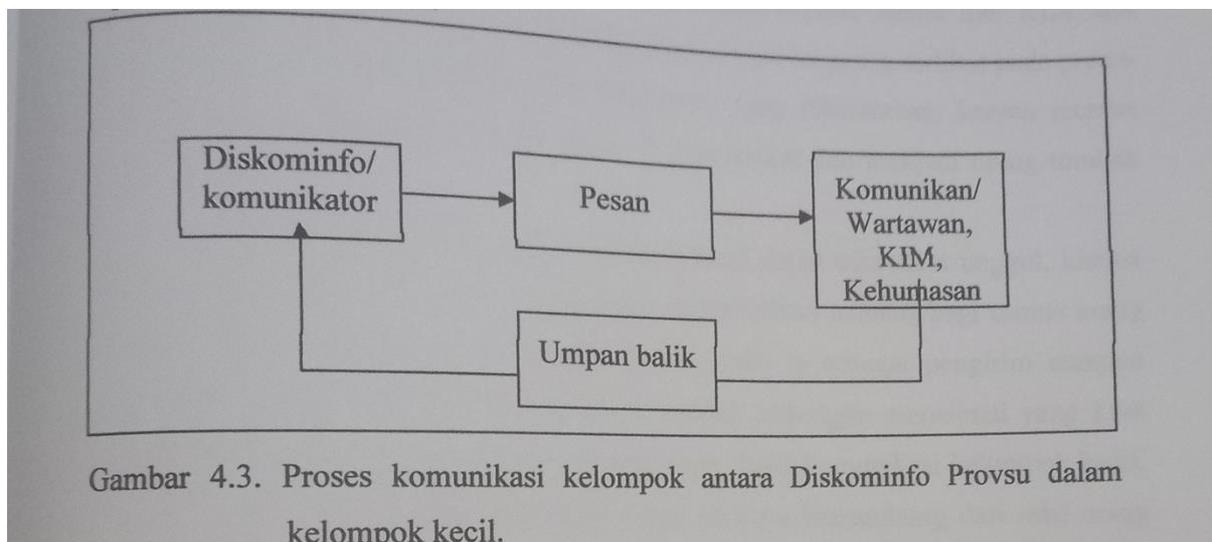
Komunikasi interpersonal berlangsung pada kegiatan kelompok, karena pada dasarnya apa yang terjadi pada komunikasi kelompok, terjadi juga di dalamnya komunikasi antarpersonal. Namun perlu ditegaskan, bahwa yang paling lazim dilakukan adalah komunikasi kelompok, baik dalam kelompok kecil maupun kelompok besar. Hal ini erat kaitannya dengan informasi yang diperoleh penulis dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Timbul.

Untuk menyebarkan informasi dan inovasi pembangunan kepada masyarakat, kita dari pihak Diskominfo Provsu terus menjalin hubungan baik dengan mitra strategis kita, misalnya wartawan, tokoh masyarakat, dan *stakeholders* lainnya. Komunikasi yang kita lakukan adalah ada yang modelnya komunikasi *interpersonal* dan ada juga dengan memanfaatkan kelompok-kelompok yang sudah ada selama ini. Tetapi, yang biasa kita lakukan dari pihak Diskominfo lebih cenderung diskusi dalam kelompok-kelompok, misalnya dengan wartawan kita buat temu pers, dengan kehumasan di masing-masing lembaga kita buat acara rapat koordinasi

kehumasan. Sementara dengan masyarakat masyarakat tertentu, misalnya tokoh masyarakat, tokoh agama, atau pimpinan pimpinan pada lembaga. organisasi atau instansi, kita lakukan dengan komunikasi interpersonal. 44

Apa yang disampaikan di atas, berkaitan dengan pengamatan yang dilakukan penulis bahwa strategi penyebaran informasi yang dilakukan Diskominfo melalui kelompok ada dua macam, yaitu kelompok kecil dan kelompok besar. Pada komunikasi kelompok kecil, strategi yang dilakukan adalah dengan mengadakan diskusi dengan kelompok-kelompok strategis yang menjadi

mitra Diskominfo untuk menyebarkan informasi. Pada komunikasi kelompok kecil, terlihat jumlah peserta yang dilibatkan relatif lebih sedikit. Diskominfo bertindak sebagai komunikator dan masyarakat yang diundang pada kelompok tersebut bertindak sebagai komunikan. Komunikator yang terlibat dalam hal ini adalah para pejabat yang berkompeten, seperti Kepala Diskominfo, ada dari BUMN dan humas Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, dari akademisi dan praktisi. Sedangkan elemen yang hadir dari masyarakat adalah pimpinan-pimpinan masyarakat, seperti pemuka masyarakat, dan wartawan Strategi komunikasi Diskominfo pada komunikasi kelompok kecil ini dapat digambarkan seperti bagan di bawah ini.



(face to face) kepada masyarakat. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah umpan balik atau tanggapan langsung dari masyarakat (komunikan) kepada Diskominfo Provsu (komunikator).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, komunikasi Diskominfo pada kelompok kecil ini memiliki beberapa keunggulan. Pertama, komunikasi

kelompok yang dilakukan pemerintah bersifat formal, lebih terorganisir, dan lebih terlembaga, langsung diperoleh umpan balik dan dapat dirasakan manfaatnya. Hal ini disebabkan karena kelompok masyarakat yang diajak berdialog pada kelompok kecil itu umumnya adalah kelompok strategi yang sudah menjadi mitra dialog Diskominfo, sehingga program pembangunan yang akan dilaksanakan lebih mudah tersosialisasi. Di samping mereka mudah dalam memahami visi dan misi pembangunan yang diprogramkan, para wartawan, pers, media dan KIM dan kehumasan dan tokoh-tokoh masyarakat juga secara langsung terlibat pada proses penentuan suksesnya program pembangunan yang dibicarakan, karena mereka adalah orang-orang yang berpengaruh di masyarakat dan menjadi ujung tombak informasi.

Kedua, komunikasi pada kelompok kecil dapat dikatakan unggul, karena jumlahnya yang relatif sedikit lebih dapat memberikan peluang bagi semua orang untuk dapat berkomunikasi dengan mudah, baik ia sebagai pengirim maupun penerima pesan. Pada kelompok kecil, terlihat hubungan emosional yang kuat antara semua orang yang terlibat di dalamnya. Pada komunikasi kelompok kecil, terlihat adanya pertukaran informasi yang sifatnya bersambung dari satu orang kepada orang lain. Konkritnya, kecenderungan yang berlaku pada komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi persuasif dan komunikasi yang manusiawi. Di dalamnya terlihat tidak ada pemaksaan, melainkan komunikasi yang dilakukan secara pendekatan pribadi. Masing-masing yang terlibat dalam komunikasi dapat saling bercurah pendapat tanpa merasa tertekan.

Ketiga, dapat diperhatikan bahwa dalam komunikasi kelompok, antara yang satu dengan yang lain dapat saling mempengaruhi, karena bisa saling menyapa secara intensif. Ini terjadi, karena dalam komunikasi kelompok terjadi konformitas. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan yang lain juga akan melakukan hal yang sama.

Kemudian, saling mempengaruhi dalam membangkitkan semangat untuk melakukan perubahan.

Uraian di atas menguatkan argumentasi yang disampaikan Michael Burgoon, bahwa dalam komunikasi kelompok yang dilakukan secara tatap muka, interaksi antara orang-orang yang berkomunikasi akan lebih tinggi interaksinya dari pada komunikasi interpersonal. Hal itu disebabkan karena masing-masing sudah mengetahui tujuan yang akan dibicarakan, memiliki susunan rencana kerja untuk tercapainya tujuan kelompok dan mengetahui problem yang dihadapi serta solusi pemecahan masalah yang muncul. 45

Selain melalui komunikasi kelompok kecil, Diskominfo juga melakukan strategi melalui komunikasi kelompok besar. Dalam hal ini, Diskominfo melakukan komunikasi secara langsung dengan masyarakat. Memberikan penyuluhan pembangunan, karena menurut informasi yang diperoleh penulis dari Diskominfo, lembaga tersebut memiliki 10 orang tenaga komunikator pembangunan, yang bertugas memberikan informasi seperti penyuluhan pembangunan kepada masyarakat. Penyebaran informasi pembangunan melalui komunikasi kelompok besar dilakukan melalui pertemuan-pertemuan KIM dari berbagai daerah, sekaligus yang dirangkai dengan kegiatan perlombaan antara KIM. Sebagaimana dijelaskan Evi Zarmita.

Kalau komunikasi yang melibatkan orang banyak, misalnya dengan mengumpulkan masyarakat pada satu tempat, sebagaimana yang dulu dilakukan masa Soeharto menonton layar tancap, itu sudah tidak pernah dilakukan. Kalau adapun kegiatan komunikasi pada kelompok yang lebih besar, kita hanya melakukannya melalui wadah KIM. KIM itu ada di 32 desa se Sumatera Utara. Jadi mereka diundang, dikumpulkan, lalu diberikanlah kepada mereka seperti penyuluhan pe yang diharapkan sebagai ujung tombak informasi di masyarakat yang ada pembangunan. Merekalah pada desa-desa. Kegiatan KIM yang bertujuan untuk

mengumpulkan semua KIM yang ada di Sumatera Utara, sering digabung kegiatannya dengan pelaksanaan kegiatan perlombaan antara KIM. Dengan demikianlah mereka lebih mudah dikumpulkan. Paling tidak, pada saat itulah kita melakukan penyebaran inovasi pembangunan Sumatera Utara secara kelompok yang lebih besar. 46

Dari informasi di atas, terlihat dengan jelas bahwa komunikasi kelompok besar membutuhkan jumlah massa yang lebih besar pula. Oleh sebab itu, berbeda strategi komunikasi pada kelompok kecil dengan kelompok besar yang dilakukan Diskominfo Provsu. Pada komunikasi kelompok besar Diskominfo Provsu berhadapan dengan massa yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat, di mana mereka tergabung dalam KIM yang berasal dari desa-desa. Anggota KIM dikumpulkan dalam satu kegiatan, lalu kemudian kepada mereka diberikan penyuluhan pembangunan. Meskipun sifat komunikasi ini lebih cenderung satu arah karena tidak memungkinkan untuk melakukan kontak pribadi atau dialog secara bebas dengan Diskominfo, tetapi karena masyarakat dalam KIM sudah menjadi binaan Diskominfo selama ini, maka target penyebaran inovasi pembangunan bisa efektif. Persoalannya, strategi komunikasi seperti ini sangat jarang dilakukan Diskominfo, karena banyak hambatan yang dihadapi seperti dari segi pendanaan dan waktu. Sebagaimana dijelaskan Evi Zarnita.

Komunikasi kelompok besar sebagaimana yang dilakukan dengan mengumpulkan KIM dari desa-desa yang ada di daerah, tidak setiap waktu bisa dilakukan. Kegiatan itu paling tidak hanya terlaksana, paling banyak dua kali dalam satu tahun. Hal tersebut disebabkan keterbatasan dana dan juga waktu yang dimiliki oleh anggota-anggota KIM. Jadi untuk memaksimalkan pemberdayaan KIM, dilakukan koordinasi dengan humas di daerah, dan merekalah yang membinanya. 47

Dari data yang diperoleh, terlihat bahwa kecenderungan strategi komunikasi Diskominfo dalam penyebaran inovasi pembangunan selama ini

adalah melalui kelompok kecil. Tetapi dalam beberapa kesempatan seperti yang disebutkan, Diskominfo juga melakukan strategi melalui kelompok besar. Komunikasi melalui kelompok besar ini memiliki beberapa keunggulan, yaitu: Pertama, jumlah massa yang menjadi sasaran penyampaian pesan jauh lebih banyak dan waktu yang digunakan relatif lebih sedikit. Kedua, pesan yang disampaikan bersifat serentak dan disampaikan kepada masyarakat yang heterogen. Artinya, bahwa yang menjadi sasaran komunikasi terdiri dari masyarakat yang berbeda dari sisi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan sebagainya.

Dari analisa yang dilakukan terhadap kedua proses komunikasi ini, terdapat sejumlah kelemahan disamping keunggulan yang telah dijelaskan di atas. Kelemahan yang dimaksud yaitu, pada komunikasi kelompok kecil, Diskominfo hanya mengundang orang-orang tertentu, seperti wartawan, tokoh masyarakat, pegawai terkait, tokoh agama dan stake holder. Hal ini menyebabkan, organisasi atau kelompok yang ada di masyarakat atau katakanlah masyarakat umum tidak bisa ikut terlibat dalam membicarakan inovasi pembangunan yang dilakukan. Padahal, masyarakat memiliki peran juga dalam mendorong percepatan pembangunan di Sumatera Utara. Sedangkan kelemahan komunikasi pada kelompok besar ialah, bahwa komunikasinya cenderung bersifat linear atau satu arah, sehingga tidak memungkinkan dilakukan dialog dan diskusi.

2. Komunikasi Bermedia

Proses pembangunan tidak dapat berjalan dengan lancar apabila tidak didukung oleh media. Melalui media sebagian masyarakat dapat menggali informasi pembangunan. Melalui media, informasi pembangunan juga dapat semakin cepat tersosialisasi. Oleh sebab itu, media dapat dikatakan memiliki

peran yang sangat penting dalam proses penyebaran informasi pembangunan. Dengan demikian, agar pesan-pesan pembangunan dapat lebih merata kepada seluruh lapisan masyarakat, perlu digunakan media komunikasi yang tepat dan bersifat dekat dengan masyarakat.

Komunikasi bermedia atau disebut dengan komunikasi menggunakan media massa ceta maupun elektronik merupakan strategi komunikasi yang digunakan Diskominfo Provsu untuk menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Komunikasi bermedia (public media and mass media) merupakan komunikasi yang berlangsung di mana Diskominfo sebagai komunikator menggunakan jasa media untuk menyampaikan inovasi pembangunan kepada masyarakat. Dari informasi yang diperoleh dari seorang pegawai Diskominfo Provsu, media yang digunakan Diskominfo adalah media komunikasi modern, sedangkan media tradisional tidak ada digunakan. Sebagaimana disampaikan Rosmidar.

Kita dari Diskominfo ada menggunakan media komunikasi modern, seperti surat kabar, televisi, internet, dan juga media sosial seperti facebook. Hanya saja media sosial jarang digunakan karena tidak semua orang bisa mengaksesnya. Media modern yang paling banyak digunakan dalam menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara adalah media massa cetak dan elektronik. Media massa cetak, seperti surat kabar terbitan Medan. Sedangkan media massa elektronik kita gunakan radio dan TVRI. Kalau media tradisional belum pernah digunakan untuk menyebarkan inovais pembangunan. Jadi umumnya inovasi pembangunan Sumatera Utara disebarkan melalui media-media modern yang ada sekarang ini. 48

Dalam perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih, secara realitas terlihat, setiap lembaga, organisasi, baik pemerintah maupun swasta tidak ketinggalan untuk menggunakan media-media modern yang berkembang, untuk menyebarkan informasi tentang citra mereka. Dari pengamatan yang dilakukan,

penggunaan media modern, baik cetak maupun elektronik didukung oleh keunggulannya yang lebih cepat dalam penyebaran informasi. Media modern yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dinilai lebih unggul dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, karena lebih cepat dan memiliki kemampuan menaklukkan ruang dan waktu.

Namun demikian, media modern juga bukan tanpa hambatan dalam penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat. Bagi masyarakat pedesaan misalnya, mereka seringkali terkendala akses dalam pemanfaatan media modern yang digunakan Diskominfo. Hal ini mengingat sebahagian besar masyarakat Sumatera Utara masih banyak yang berdomisili di pedesaan dan sulit untuk mengakses media massa cetak, seperti surat kabar, buletin dan sebagainya. Bahkan jika merekapun bisa mengakses, masyarakat desa terkendala dengan literasi atau kemampuan membaca, karena tingkat pendidikan yang rendah. Maka strategi mengatasi kondisi tersebut, Diskominfo memberdayakan KIM sebagai wadah memperoleh dan berbagi informasi. Tetapi secara realitas juga harus ditegaskan, bahwa dari sekian banyak desa di Sumatera Utara, tidak semua desa memiliki KIM, karena jumlahnya baru 33 desa. Sebagai solusi mengatasi persoalan tersebut, Diskominfo Provsu menggandeng media sebagai ujung tombak informasi kepada masyarakat, sehingga informasi dan inovasi pembangunan di Sumatera Utara lebih cenderung di sebarakan melalui media massa yang bersinergi dengan kelompok-kelompok informasi strategis yang ada di masyarakat.

Dari perkembangan pengamatan yang dilakukan di lapangan, kecenderungan strategi komunikasi Diskominfo untuk menyebarkan inovasi pembangunan adalah dengan komunikasi bermedia. Komunikasi bermedia disebut juga sebagai komunikasi skunder atau komunikasi tidak langsung, karena Diskominfo tidak langsung terjun ke masyarakat menyampaikan informasi terkait dengan inovasi pembangunan yang dilaksanakan. Diskominfo dalam

menyampaikan informasi dan inovasi pembangunan dengan menggunakan perantara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dari analisis yang dilakukan, pada umumnya komunikasi bermedia yang dilakukan Diskominfo Provsu lebih bersifat informatif sehingga tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku.

Secara teoritis, strategi komunikasi bermedia yang dilakukan Diskominfo Provsu adalah dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar dan radio dapat disebutkan sebagai komunikasi massa. Sebab penggunaan media massa sebagai saluran utama dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat adalah bahagian dari fungsi komunikasi massa. Komunikasi massa ini dilakukan karena khalayak yang dituju atau sasaran komunikasinya sangat luas. Bila ditinjau dari sudut kajian teoritis, komunikasi dengan menggunakan media semakin lama akan semakin efektif karena didukung oleh teknologi yang semakin canggih.

Berbeda dengan fakta yang diperoleh penulis dari lapangan, khususnya dalam konteks masyarakat Sumatera Utara penggunaan media massa seperti surat kabar terlihat kurang efektif dalam penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat. Hal ini disebabkan beberapa faktor, yaitu: Pertama, tidak semua masyarakat membaca surat kabar, terutama mereka yang tinggal di desa-desa. Dari pengamatan yang dilakukan, umumnya yang menggunakan surat kabar adalah masyarakat yang tinggal di pusat kota dan mereka yang peduli dengan perkembangan informasi. Sedangkan masyarakat yang tinggal di desa secara umum dapat dikatakan tidak membaca surat kabar, karena untuk mendapatkannya sangat sulit. Kedua, umumnya pelanggan surat kabar adalah mereka yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi dan literasinya bagus.

Menurut hemat penulis, kondisi real inilah salah satu yang mendukung alasan agar Diskominfo tidak hanya mengandalkan strategi penggunaan media

massa untuk penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Diskominfo Provsu harus menggunakan media lain, seperti media nirmassa. Bentuk media nirmassa yang dimaksud adalah dengan menggunakan papan-papan pengumuman yang ada ditempat-tempat pelayanan umum, seperti kantor kepala desa, masjid-masjid dan pos kamling. Pada banyak desa-desa di Sumatera Utara, tempat-tempat yang disebutkan masih tetap menjadi sentral informasi bagi masyarakat.

Pemanfaatan media nirmassa dapat juga dijadikan sebagai strategi penyebaran informasi dan inovasi pembangunan. Himbauan-himbau yang mengajak masyarakat untuk mendukung laju pembangunan di Sumatera Utara dapat dilakukan melalui media tersebut. Hal ini penting dilakukan, agar masyarakat semakin dekat dengan sumber-sumber informasi yang mereka butuhkan. Semakin dekat masyarakat dengan informasi pembangunan yang mereka butuhkan, maka bisa dimungkinkan kesadaran mereka akan semakin tumbuh dan tingkat partisipasi dan bertanggung jawab mereka untuk menyukseskan pembangunan semakin tinggi.

Selain menggunakan komunikasi kelompok dan media massa, maka strategi lain yang dilakukan Diskominfo Provsu untuk mengkomunikasikan, menginformasikan dan menyebarkan inovasi pembangunan di Sumatera Utara adalah melalui kerjasama kehumasan. Berdasarkan temuan di lapangan, kerjasama dengan kehumasan di tingkat kabupaten/kota, menjadi strategi pilihan bagi Diskominfo Provsu dalam kegiatan penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Humas pada saat ini banyak dikenal masyarakat, perkembangannya dari waktu ke waktu sangat cepat sehingga berbagai pendapat tentang humas dirasakan positif. Humas terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Kebutuhan akan humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Sebagaimana dipahami, bahwa setiap lembaga bisa dipastikan memiliki kehumasan. Maka untuk pemerataan dan percepatan penyebaran informasi, Diskominfo menggunakan jasa kehumasan yang secara khusus untuk Sumatera Utara sudah dilembagakan dalam bentuk wadah yang disebut Badan Koordinasi Humas (Bakohumas). Sebagaimana informasi yang diperoleh dari bagian humas Diskominfo Provsu.

Untuk menyebarkan informasi, baik itu inovasi pembangunan, kebijakan pembangunan dan segala sesuatu yang bersangkutan dengan perkembangan pembangunan di Sumatera Utara, kita senantiasa menjalin kerjasama dengan humas-humas yang ada di lembaga pemerintah maupun swasta yang ada di Kabupaten/Kota. Kerjasama yang dibuat dalam bentuk wadah Bakohumas, bertujuan untuk memudahkan penyebaran informasi- informasi pembangunan kepada masyarakat. Harapan kita, semakin aktif humas-humas di daerah Kabupaten/Kota menyebarkan informasi kepada masyarakat, maka semakin tumbuhlah kesadaran masyarakat untuk memberikan dukungan terhadap pembangunan yang dilakukan pemerintah. Kita juga berharap, karena luasnya cakupan Sumatera Utara, maka humas- humas di daerahlah yang menjadi ujung tombak informasi pemerintah di daerah. Artinya, semua harus sinergi dalam rangka penyampaian informasi dalam era keterbukaan informasi ini.⁴⁹

Bila diperhatikan, penyebaran informasi melalui kehumasan juga merupakan salah satu strategi yang sangat efektif dilakukan untuk penyebaran informasi kepada masyarakat. Hal ini menjadi penting, karena tidak bisa dinafikan, jika hampir semua lembaga pemerintah maupun swasta memilih humas, sehingga pemanfaatan jasa kehumasan tersebutlah menjadi satu keharusan. Lembaga humas dikenal sebagai ujung tombak komunikasi lembaga kepada masyarakat. Tetapi secara realitas juga harus diakui bahwa kadang- kadang penyebaran informasi melalui kehumasan kurang berjalan secara

maksimal, sehingga informasi yang disampaikan bisa bersifat sepihak dan tidak berimbang. Informasi yang disampaikan kadang-kadang lebih banyak tentang keberhasilan pemerintah, sedangkan masalah yang dihadapi masyarakat sangat jarang diinformasikan. Padahal, kehumasan merupakan jembatan emasnya informasi dari pemerintah ke masyarakat dan sebaliknya dari masyarakat ke pemerintah.

Artinya dalam hal ini, kehumasan harus berdiri pada posisi yang netral, sehingga arus informasi tersebut menjadi seimbang. Oleh karena itu, mengingat semakin pentingnya penyebaran informasi kepada masyarakat, jajaran humas seharusnya lebih menguasai teknik-teknik komunikasi yang efektif dan mampu memperluas jaringan dengan media massa. Salah satu strategi yang harus dikuasai oleh jajaran humas, adalah bagaimana mengembangkan teknik propaganda dan antisipasi dalam pemberitaan. Propaganda yang dimaksudkan bukan berkonotasi negatif. Tapi sebuah langkah preventif untuk mengatasi isu- isu negatif yang dikembangkan pihak-pihak tidak bertanggung jawab terhadap tugas-tugas pemerintahan dan juga antisipatif terhadap penyebaran informasi yang tidak berimbang. Dengan menguasai teknik komunikasi, maka pemerintah melalui kehumasan akan mampu menjadikan informasi lebih berimbang.

Untuk mengantisipasi kesenjangan penyebaran inovasi pembangunan, Diskominfo Provsu juga melakukan strategi penyebaran inovasi melalui wadah KIM yang ada di desa-desa. Pemberdayaan KIM adalah upaya untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pembangunan yang dilakukan, sehingga masyarakat dapat mendukung, dan menerima inovasi yang dilakukan dalam pembangunan. Sebab inovasi pembangunan yang dilakukan pemerintah pada prinsipnya bertujuan untuk mendorong tercapainya kesejahteraan masyarakat.

Tetapi suatu hal yang sangat disayangkan, Diskominfo Provsu tidak menggunakan media tradisional dalam menyebarkan inovasi pembangunan.

Padahal bila ditelusuri, masih banyak media-media tradisional yang bisa dimanfaatkan untuk kegiatan tersebut. Media tradisional yang dimaksud seperti kesenian-kesenia daerah yang tetap hidup di tengah-tengah masyarakat. Di antaranya adalah tari tor-tor di daerah Tapanuli, kemudian ada onang-onang di daerah Angkola dan Padang Lawas dan sebagainya. Semua kesenian daerah tersebut dapat dijadikan sebagai media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan dalam segala aspek kehidupan.

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa keberhasilan Diskominfo Provsu dalam memanfaatkan saluran komunikasi, baik komunikasi kelompok, komunikasi bermedia, komunikasi melalui pemberdayaan KIM dan jasa kehumasan, sangat tergantung pada kesesuaian strategi yang tepat dengan kondisi masyarakat. Sebagaimana dikatakan Effendi, bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. 50 Tujuan dari komunikasi adalah untuk memberikan efek terhadap komunikan. Efek yang dimaksud yaitu efek kognitif yaitu yang terkait dengan pikiran nalar atau rasio, misalnya masyarakat yang semula tidak tahu, tidak mengerti atau tidak sadar, menjadi tahu, mengerti dan sadar. Efek afektif yaitu efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya masyarakat yang semula merasa tidak senang atau antipati, mejadi senang atau simpati. Efek konatif yaitu berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki pemerintah berdasarkan pesan yang ditansmisikan.

Dalam kaitan itu, proses pencapaian komunikasi yang efektif, yaitu komunikasi yang berpengaruh terhadap kognitif, afektif, dan konasi masyarakat, sangat tergantung pada pemahaman terhadap strategi komunikasi yang digunakan. Untuk itu, perlu adanya dukungan Sumber Daya Manusia yang memadai, terutama yang berkaitan dengan tenaga profesional komunikator pembangunan

di Sumatera Utara, khususnya pada lembaga Diskominfo Provsu. Karena dalam kajian strategi komunikasi, kemampuan komunikator merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan komunikasi.

Peranan komunikator dalam strategi komunikasi sangatlah penting. Para ahli komunikasi cenderung sependapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan yang disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure*. *A-A Procedure* adalah penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Proses perubahan sebagai efek komunikasi melalui tahapan yang dimulai dengan membangkitkan perhatian. Apabila perhatian komunikan telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan.

Selain melalui pendekatan di atas, maka seseorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku apabila dirinya terdapat faktor-faktor kredibilitas dan attractiveness. Kredibilitas adalah tingkat di mana komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan kemampuan oleh penerima. Sebab itu, Diskomin Provsu sebagai komunikator sekaligus ujung tombak informasi pembangunan di Sumatera Utara diharapkan mampu menumbuhkan daya tarik dan membangkitkan perhatian masyarakat, sehingga sikap, opini dan perilaku masyarakat dapat berubah ke arah yang lebih dinamis.

3. Komunikasi Melalui Penyuluhan

Pada hakekatnya penyebaran inovasi pembangunan adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan pemerintah dalam rangka penyebaran informasi pembangunan, sehingga masyarakat berpartisipasi di dalamnya, misalnya dengan memberikan dukungan. Dalam hal ini, sering kali penyuluhan pembangunan sering dijadikan pemerintah sebagai salah satu strategi untuk menyebarkan inovasi pembangunan tersebut. Tujuan penyuluhan tersebut adalah agar masyarakat sudah disuluh sejak mengetahui, memahami, merminati, dan kemudian menerapkan inovasi pembangunan dalam kehidupan nyata. Tetapi secara realitas dapat dipahami bahwa kadang-kadang akses warga terhadap forum-forum penyuluhan sangat terbatas.

Akibat dari rendahnya akses warga terhadap forum-forum komunikasi yang diselenggarakan oleh pemerintah secara simultan juga dapat mempengaruhi efektivitas penyuluhan yang dilakukan oleh pemerintah. Penyuluhan kurang efektif karena tidak memposisikan tokoh-tokoh lokal (agen-agen perubahan) sebagai komunikator bagi masyarakat di lingkungannya. Penerapan teknik komunikasi deliberatif sebagaimana pola diskusi yang dikembangkan dalam forum Musrenbang atau forum-forum penyuluhan yang lain juga tidak cukup efektif, karena efek komunikasi tidak menerpa masyarakat akar rumput (grass roots) yang sebenarnya merupakan basis partisipasi. Begitu pula penggunaan teknik komunikasi persuasif dan teknik komunikasi dialogis/dua arah dalam setiap kegiatan penyuluhan tidak cukup efektif, karena peserta terbatas pada lembaga-lembaga representasi.

Melihat kenyataan belum optimalnya penyebaran inovasi pembangunan yang dilakukan pemerintah, maka penyuluhan menjadi salah satu alternatif pilihan strategi penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Dalam melakukan penyuluhan, faktor mengkomunikasikan hal-hal yang disuluhkan adalah amat penting, karena itu penyuluhan dituntut agar memahami terlebih dahulu siapa yang disuluh dan pendekatan serta metode apa yang tepat digunakan. Strategi

penyebaran inovasi pembangunan yang dilakukan Diskominfo Provsu tidak hanya melalui komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia. Penyuluhan juga merupakan salah satu strategi Diskominfo dalam menyebarkan inovasi pembangunan. Penyuluhan dilakukan oleh komunikator pembangunan yang ada di Diskominfo Provsu yang juga pegawai pada lembaga tersebut. Komunikasi yang dilakukan para komunikator pembangunan menggunakan komunikasi yang variatif, agar sesuai dengan dinamika dan ragam karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran penyuluhan pembangunan.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunikotr pembangunan untuk menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat adalah melalui penyuluhan, dimana komunikasi be berlangsung secara langsung dengan masyarakat. Komunikator pembangunan yang ditunjuk dari Diskominfo menyampaikan inovasi pembangunan dan manfaatnya bagi masyarakat. Komunikator pembangunan juga tidak jarang melakukan diskusi dengan masyarakat. Penuluhan yang dilakukan komunikator pembangunan juga dilakukan dengan kelompok-kelompok masyarakat. 51

Dari informasi di atas, strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo untuk menyebarkan inovasi pembangunan, adalah dengan komunikasi satu arah (*one way communication*) di mana komunikator pembangunan menyampaikan inovasi pembangunan kepada publik. Kedua, strategi melalui komunikasi dua tahap (*two step flow communication*).

Pertama, komunikasi satu arah (*one way communication*). Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, para komunikator pembangunan terlebih dahulu mempersiapkan diri dengan materi-materi yang akan disampaikan. Dari wawancara yang dilakukan juga, diperoleh informasi dalam penggunaan komunikasi satu arah para komunikator pembangunan memberikan penyuluhan secara menyeluruh kepada masyarakat diberbagai tempat, seperti di kantor desa dan juga di tempat-tempat yang disediakan, misalnya pada forum-forum

pertemuan KIM yang dilaksanakan sekali dalam satu tahun. Dalam kesempatan tersebut, komunikatro pembangunan bertindak sebagai komunikator. menyampaikan inovasi pembangunan secara singkat, monolog dan berjalan searah.

Apa yang dilakukan komunikator pembangunan dalam kegiatan penyuluhan, menunjukkan proses penyuluhan dengan komunikasi linear. Komunikasi *liner* sering menyebabkan tidak efektifnya pesan yang disampaikan karena tidak ada *feedback*, sehingga tidak diketahui percis respons dari masyarakat tentang pesan atau inovasi pembangunan yang disampaikan. Karena sifatnya yang linear, bisa jadi banyak diantara masyarakat yang tidak mengerti dengan apa yang disampaikan. Hal inilah yang menurut penulis, menjadi alasan bahwa bentuk komunikasi ini kurang efektif digunakan dalam proses penyuluhan kepada masyarakat, terutama masyarakat yang tidak menyukai dengan kegiatan- kegiatan yang bersifat formal.

Rogers juga memberikan penegasan bahwa komunikasi linear atau satu arah, kurang tepat bagi masyarakat pedesaan, sebab komunikasi linier cenderung bersifat instruktif (perintah). Komunikasi ini juga biasanya disampaikan melalui saluran-saluran formal. Sementara itu masyarakat pedesaan yang secara sosiologis, masih tergolong sebagai *primary society* dan relatif kurang bahkan tidak menyukai terhadap hal-hal yang bersifat formal. Ketidak sukaan masyarakat desa dengan hal-hal yang formal tersebutlah yang menyebabkan proses komunikasi model linier tidak berjalan secara efektif. 52

Kedua, komunikasi dua arah (*two way communication*) atau komunikasi interaktif. Komunikasi ini merupakan salah satu strategi komunikasi yang digunakan oleh komunikator pembangunan dari Diskominfo untuk menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat. Disebutkan komunikasi interaktif, karena masyarakat diberikan kesempatan untuk berbicara melalui diskusi terkait dengan inovasi yang disampaikan. Di antara kedua belah pihak,

baik komunikator pembangunan dan masyarakat, melakukan interaksi timbal balik sehingga tidak terlihat adanya monopoli komunikasi dan informasi di antara satu pihak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, strategi komunikasi dua arah atau interaktif yang dilakukan komunikator pembangunan, berbeda dengan komunikasi linear. Komunikasi interaktif dalam menyampaikan inovasi pembangunan tidak disampaikan melalui saluran formal, melainkan melalui kelompok-kelompok yang menjadi mitra dialog dan mitra strategis Diskominfo dalam penyebaran inovasi. Contohnya, KIM, para wartawan, tokoh masyarakat dan kelompok lainnya. Kelompok-kelompok tersebut sangat membantu bagi proses penyebaran inovasi pembangunan.

Mencermati informasi di atas, ini erat dengan apa yang dikemukakan Rogers, dimana keberhasilan komunikasi interaktif sebagai sarana untuk mensosialisasikan program pembangunan, dikarenakan model komunikasi interaktif memiliki kelebihan dibandingkan dengan model komunikasi linear.⁵³ Kelebihan komunikasi interaktif salah satunya adalah terletak pada prosesnya yang berjalan secara menyebar ke segala arah, sehingga arus informasi tidak berjalan satu arah yang dapat dianggap sebagai suatu instruksi. Informasi berjalan secara timbal balik ke segala arah di antara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Kelebihan lain dari model komunikasi interaktif ini adalah adanya kesamaan posisi antara pihak komunikan dengan komunikator, sehingga diantara mereka yang terlibat komunikasi tidak ada perasaan inferior dan superior, dan hasil komunikasinya dianggap sebagai *sharing*.

D. Pembahasan

Penyebaran inovasi pembangunan berarti mengkomunikasikan kepada masyarakat ide-ide baru (inovasi) yang berkaitan dengan pembangunan. Dengan

demikian, inovasi pembangunan merupakan aktivitas komunikasi pembangunan yang menjadi satu kajian menarik bagi para pengkaji komunikasi. Komunikasi pembangunan dalam makna yang lebih luas, meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu proses pertukaran pesan secara timbal balik di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah. Proses tersebut berlangsung sejak dari perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan. Kegiatan komunikasi bertujuan, agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam menerima inovasi pembangunan yang disampaikan.

Selain media massa, tentu banyak jenis media lainnya yang dapat dijadikan sebagai saluran informasi yang dapat mendukung percepatan penyebaran inovasi kepada masyarakat. Misalnya, dalam konteks Sumatera Utara terutama pada masyarakat Batak yang diikat dengan adat yang disebut *dalihan na tolu*. Bagi masyarakat Batak, keberadaan *dalihan na tolu* sangat penting dalam mengatur kehidupan masyarakat. 54

Wadah *dalihan na tolu* sering dijadikan masyarakat sebagai saluran komunikasi, baik dalam menyelesaikan masalah di masyarakat, baik sengketa warga, keluarga dan sebagainya. Tentu wadah tersebut sangat efektif dijadikan sebagai saluran penyebaran inovasi pembangunan. Secara realitas juga dapat diperhatikan, dalam berbagai kegiatan besar seperti perkawinan maupun kematian, orang Batak selalu melibatkan lembaga *dalihan na tolu*. Lebih luas dari itu, keberadaan lembaga *dalihan na tolu* juga sering dimanfaatkan masyarakat dalam membangun daerah dan sebagainya.

Peranan lembaga adat *dalihan na tolu* bagi masyarakat Tapanuli tidak dapat dinafikan dalam berbagai kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang pembangunan. Sebagaimana dikemukakan Sophan dalam tesisnya, bahwa lembaga adat *dalihan na tolu* memiliki peran yang kuat dalam mendorong pembangunan di Padang Lawas yang merupakan satu kabupaten baru. Dalam

proses pembentukan kabupaten baru tersebut, Sophan Ahmadi Nasution dalam tesisnya menyebutkan tiga peran yang dilakukan oleh *dalihan na tolu*. Pertama, lembaga adat *dalihan na tolu* merupakan kekuatan sosial yang turut memberikan kontribusi bagi percepatan pembentukan Kabupaten Padang Lawas. Kedua, lembaga adat *dalihan na tolu* memberikan kontribusi bagi percepatan pembangunan yang sedang diprogramkan pemerintah. Ketiga, lembaga adat *dalihan na tolu* menjadi wadah politik untuk memobilisasi potensi dan partisipasi masyarakat untuk mendorong pembangunan di Padang Lawas, sebagaimana pada saat proses pemekaran berlangsung. 55

Selain pada masyarakat Batak, pada masyarakat Jawa juga terdapat kelompok-kelompok persatuan yang dibentuk dalam rangka mendorong peningkatan kesejahteraan anggotanya. Pada masyarakat Jawa terdapat kelompok persatuan dengan nama Putra Jawa Keturunan Sumatera (PUJAKESUMA), dan ada juga persatuan Pendekar dan Pemuda Jawa (PENDAWA) Sumatera Utara. Dua persatuan ini eksis di masyarakat sebagai wadah penyampaian aspirasi atau sebagai saluran komunikasi, khususnya bagi masyarakat Jawa yang ada di Sumatera Utara. Demikian juga bila diamati pada etnis lainnya, terdapat wadah yang sengaja dibentuk sebagai wadah komunikasi masyarakat.

Dari analisis yang dilakukan penulis, keberadaan kelompok-kelompok swadaya masyarakat sangat efektif dijadikan sebagai instrumen untuk penyebaran inovasi pembangunan. Hal tersebut disebabkan karena banyak warga masyarakat yang menjadikan wadah-wadah sosial kemasyarakatan sebagai forum konsultasi, sharing informasi, dan penyaluran aspirasi. Tidak hanya itu, wadah tersebut sering dipergunakan masyarakat untuk merumuskan permasalahan bersama, mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi, sekaligus menjadi media resolusi konflik di tingkat lokal.

Ini sesuai dengan pandangan yang disampaikan Burhan Bungin, dimana keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat bisa berfungsi sebagai wadah

untuk: Pertama, membangun hubungan sosial antara sesama anggota masyarakat. Dengan semakin tingginya tingkat keinginan masyarakat untuk memelihara suatu kelompok, maka kelompok tersebut mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.

Kedua, berfungsi sebagai pendidikan. Artinya, satu kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Dalam kelompok masing-masing anggota bisa saling berbagi informasi tentang apa yang mereka alami dan apa yang mereka peroleh. Pertukaran informasi antara satu anggota kelompok dengan anggota lainnya tentu dapat menambah wawasan mereka.

Ketiga, kelompok berfungsi sebagai upaya untuk melakukan persuasi. Terjadinya komunikasi yang berkesinambungan dalam satu kelompok, bisa mempersuasi anggota-anggota kelompok. Disebutkan demikian, karena seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Misalnya, dalam menerima inovasi yang disampaikan Diskominfo misalnya, setelah anggota-anggota kelompok mengetahui inovasi pembangunan yang dilakukan, bisa saja tidak semua menerima hal tersebut. Maka lewat komunikasi yang berkesinambungan, seorang anggota yang menerima inovasi pembangunan tersebut, tanpa disadari bisa mempersuasi anggota kelompok lainnya, sehingga pada akhirnya menerima juga.

Keempat, kelompok bisa menjadi wadah untuk memecahkan masalah. Hal ini disebabkan, karena dalam kelompok tersebut terdapat banyak orang, sehingga jika anggota yang satu tidak dapat memberikan solusi, bisa berpindah kead anggota lainnya. Bahkan komunikasi kelompok bisa menjadi pemecahan masalah karena kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan bersama yang bermanfaat bagi sesama anggota kelompok.

Oleh sebab itu, salah satu strategi yang semestinya tidak boleh diabaikan dalam peningkatan efektivitas penyebaran inovasi pembangunan, dapat dilakukan dengan memaksimalkan keberadaan kelompok yang ada di masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena masyarakat secara rutin selalu menghadirinya. Misalnya, kelompok perwiritan, kelompok tani, kelompok nelayan dan sebagainya yang secara umum dibuat oleh masyarakat untuk kepentingan mereka. Terutama dalam konteks Sumatera Utara, banyak kelompok-kelompok strategis dalam masyarakat yang sifat swadaya, seperti forum-forum keagamaan, forum budaya, dan lain-lain. Semua ini tentu harus dimanfaatkan oleh pemerintah untuk penyebaran inovasi tersebut,

Inovasi pembangunan saat ini harus disebarkan sampai ke masyarakat kelas bawah (*grassroots*). Artinya, paradigma pembangunan harus berpusat pada rakyat dengan cara memelihara kekayaan budaya lokal, serta menjunjung tinggi martabat serta kebebasan bagi manusia dan masyarakat. Dengan demikian, perlu adanya partisipasi secara aktif, penuh inisiatif dan inovatif dari masyarakat itu sendiri. Proses pemberdayaan masyarakat harus mengandung makna yang dinamis untuk mengembangkan diri dalam mencapai kemajuan. Dalam pandangan Islam, setiap individu didorong untuk bekerja terus menerus membangun potensi dirinya. Dengan semakin meningkatnya potensi setiap individu manusia, maka kualitas pembangunan yang dilakukan juga akan semakin bagus, karena manusia adalah pelaku utama dalam pembangunan.

Peningkatan kualitas diri akan berimplikasi pada peningkatan nilai kemanusiaan dan kebudayaan dalam masyarakat. Faktor sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap proses pembangunan. Sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam proses pembangunan. Cepat lambatnya proses pembangunan tergantung kepada sejauh mana sumber daya manusianya selaku subjek pembangunan memiliki kompetensi yang memadai untuk melaksanakan proses pembangunan. Selain itu, faktor ilmu pengetahuan dan

penguasaan teknologi, juga turut dalam mendorong percepatan proses pembangunan. Penggunaan inovasi pembangunan, misalnya yang awalnya menggunakan tangan manusia dan menggantikannya dengan mesin canggih, tentu berdampak kepada aspek efisiensi.

Islam tidak pernah melarang pelaksanaan pembangunan dan menggunakan inovasi pembangunan, sepanjang pembangunan tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Bahkan Islam mendorong agar pembangunan dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan lahir maupun batin, duniawi dan akhirat. Ini ditegaskan dalam Alquran.,

مَدْوُفِلًا ۚ عَمَلُوا فَنَسَبْنِي إِلَىٰ أُمَّةٍ مِّنْ قَبْلِكَ ۚ وَمَا أَدْرَاكَ مَا يَفْعَلُونَ ۚ وَإِن لَّبِئْسَ مَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۚ هَذِهِ نَجْمٌ مِّنْ قَبْلِكَ ۚ وَمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan 56

Ayat di atas menjelaskan agar seluruh aktivitas dilakukan sesuai dengan kebaikan-kebaikan. Demikian juga dengan kegiatan pembangunan, dilakukan dalam mewujudkan kebaikan-kebaikan. Ayat di atas menjelaskan, bahwa Islam mengatur kegiatan pribadi dan masyarakat dan menjadi solusi bagi masalah- masalah pembangunan yang sedang dilaksanakan. Kemakmuran dan kesejahteraan hidup hanya bisa diwujudkan dengan berkerja. Pada ayat lain dijelaskan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ ۚ وَعِبَادَةُ رَبِّكُمْ لَاحِقٌ بِتِلْكَ الْأَعْمَالِ ۚ فَلِذَلِكَ هُدُوا رَبَّكُمْ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

"Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan". 57

Tujuan pembangunan perspektif Islam adalah al falah (kemenangan, kejayaan). Seperti yang disebutkan pada ayat di atas, setiap diri hendaknya melakukan perbaikan secara berkesinambungan dalam meraih kebahagiaan, kemenangan dan kesejahteraan. Ayat di atas juga menjelaskan dua pilar dalam meraih kesuksesan dalam proses pembangunan, yaitu: pertama, meningkatkan hubungan dengan Allah swt. melalui serangkaian ibadah yang berkualitas. Kedua, meningkatkan kinerja (amal khoir) yang berorientasi pada kemaslahatan masyarakat. Pembangunan dalam Islam bertujuan untuk membangun masyarakat yang bertaqwa dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam yang tercermin melalui perilaku masyarakat.

Dari uraian di atas, dipahami bahwa banyaknya sebaran komunitas- komunitas dalam masyarakat di Sumatera Utara, dapat memudahkan penyebaran inovasi pembangunan. Bahkan komunitas dapat dikatakan bisa menjadi sebagai strategi efektif dalam penyebaran inovasi pembangunan, sebab pada kebiasaannya komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya. Dalam sebuah komunitas biasanya terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan keinginan dan nilai yang dijunjung. Tingginya ikatan emosional yang muncul dari dalam diri setiap anggota, menyebabkan komunitas bisa bertahan lama di tengah-tengah masyarakat. Proses pembentukannya bersifat horizontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara.

Kondisi inilah yang digambarkan oleh teori pertukaran sosial yang didasarkan pada metafora pertukaran ekonomis, dimana asumsi teori ini berangkat dari pemikiran bahwa manusia memandang kehidupan sebagai suatu pasar. Thibaut dan Kelley sebagai pencetusnya mendasarkan teori mereka pada

dua konseptualisasi. Satu berfokus pada sifat dasar dari individu-individu dan satu lagi mendeskripsikan hubungan antara dua orang. Mereka melihat pada pengurangan dorongan, suatu motivator internal, untuk memahami individu-individu dan juga melihat pada prinsip-prinsip permainan untuk memahami hubungan antar manusia. Oleh karenanya, asumsi-asumsi yang mereka buat juga masuk dalam dua kategori tersebut. 58

Sifat dasar suatu hubungan manusia digambarkan oleh teori pertukaran sosial sebagai hubungan memiliki sifat saling ketergantungan dan kehidupan hubungan adalah sebuah proses. Pemikiran bahwa manusia mencari penghargaan dan menghindari hukuman sesuai dengan konseptualisasi dari pengurangan dorongan. Pendekatan ini berasumsi bahwa perilaku orang dimotivasi oleh suatu mekanisme dorongan internal. Ketika orang merasakan dorongan ini, mereka termotivasi untuk menguranginya, dan proses pelaksanaannya merupakan hal yang menyenangkan. Seluruh proses ini memberikan penghargaan dan karenanya, diberi penghargaan berarti bahwa seseorang telah mengalami pengurangan dorongan atau dengan kata lain pemenuhan kebutuhan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi interaktif terbukti lebih cocok sebagai strategi komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat, terutama bagi masyarakat desa. Oleh sebab itu, komunikator pembangunan dan juga Diskominfo Provsu perlu mengintensifkan penerapan strategi tersebut dalam penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara. Namun demikian, bila dianalisa juga perkembangan penyebaran inovasi di Sumatera Utara, perlu juga diterapkan strategi komunikasi yang bersifat dua tahap. Dikatakan komunikasi dua tahap, karena pesan-pesan yang disampaikan

tidak seluruhnya diterima langsung oleh masyarakat dari sumber utamanya. Masyarakat memperoleh informasi secara bertahap, pertama pesan disampaikan dari sumber kepada orang-orang tertentu yang disebut sebagai pemuka pendapat (opinion leader). Selanjutnya tahap kedua, informasi disampaikan oleh opinion leader kepada masyarakat, sehingga pesan-pesan akhirnya sampai kepada seluruh masyarakat.

Komunikasi dua tahap yang dimaksud yaitu komunikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan pemuka-pemuka pendapat atau tokoh-tokoh masyarakat yang ada di desa-desa. Melalui komunikasi dua tahap, dapat dikembangkan strategi komunikasi yang lebih persuasif. Misalnya, pada masyarakat terjadi resistensi atau penolakan terhadap inovasi yang ditawarkan, maka komunikator pembangunan dapat melakukan komunikasi secara persuasif melalui tokoh-tokoh masyarakat yang dianggap berpengaruh, dan selanjutnya tokoh tersebutlah yang akan menyampaikan pentingnya inovasi tersebut dilaksanakan.

Dalam kajian komunikasi yang lazim dipahami, komunikasi persuasif merupakan suatu proses untuk mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis." Komunikasi persuasif adalah suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi. Teknik komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan cara menyampaikan pesan dengan kata-kata atau simbol-simbol komunikasi yang memberikan asosiasi yang menyenangkan. Cara ini dapat dipergunakan untuk memperoleh penerimaan, kepercayaan, dukungan dan partisipasi masyarakat. Komunikasi persuasif dapat juga dilakukan dengan menyampaikan pesan dengan kata-kata tau simbol-simbol komunikasi yang membangkitkan rasa khawatir atau takut.

Dalam pandangan Islam, komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang dilakukan dalam mencapai komunikasi efektif (gawlan baligha). Komunikasi persuasif memiliki karakteristik yang khas dan memberikan efek positif bagi komunikan karena kemampuannya yang dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dengan tanpa paksaan. Jika dikaji menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, Alquran menjelaskan prinsip-prinsip komunikasi persuasif dan Rasulullah saw. pada awal-awal penyebaran Islam di Makkah dan Madinah sudah mempraktikkannya. Kesuksesan Nabi Muhammad saw. dalam menyampaikan ajaran Islam dan dapat diterima oleh bangsa Arab yang waktu itu berada dalam kondisi jahiliah dan terkenal dengan watak mereka yang keras bisa ditaklukkan oleh Rasulullah saw. melalui komunikasi persuasif. Keberhasilan Rasulullah saw. dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman diakui dan dicatat dalam sejarah dunia, sebagaimana diakui oleh Michael H. Hart dalam buku Seratus Tokoh Berpengaruh di Dunia, menempatkan Nabi Muhammad saw. sebagai orang yang paling berpengaruh dalam sejarah dunia.

Karakteristik komunikasi persuasif yang ditandai dengan unsur membujuk, mengajak, mempengaruhi dan meyakinkan, jika dilihat dari perspektif Islam dapat dikategorikan sebagai kegiatan mengajak dengan cara bijaksana. Ajakan tersebut lebih bersifat interpersonal. Cara inilah yang mendasari agar komunikasi persuasif tetap menjadi pilihan dalam penyampaian pesan. Sebagaimana disebut dalam surah An Nahl 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْعَدْلِ وَاعْظِمْنَا الْحَسَنَةَ وَجَادِ لَهُمْ بِأَلْسِنَتِنَا هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya

Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".61

Ayat tersebut jika dipahami dengan menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, menuntut seorang komunikator untuk mengetahui dan memahami kondisi orang yang diajak berkomunikasi dari berbagai aspek. Di antaranya memahami status sosial, latar belakang pendidikan, ekonomi, dan budaya atau dalam istilah komunikasi disebut *frame of reference*. Selain itu seorang komunikator juga harus memahami kondisi orang yang diajak berkomunikasi dari aspek pengalaman masa lalu mereka atau dikenal dengan *field of experience*. Kedua faktor tersebut mesti mendapat perhatian bagi seorang yang akan melakukan kegiatan komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif ini tentu harus juga mejadi satu pilihan strategi komunikasi jika komunikasi yang dilakukan ingin berhasil. Bentuk komunikasi ini, cenderung mengarah kepada pendekatan persuasif kepada masyarakat terkait dengan manfaat yang diperoleh masyarakat dari inovasi yang dilakukan. Hal-hal tersebut dianggap perlu juga untuk menjadi alternatif strategi penyebaran inovasi, karena mayoritas masyarakat Sumatera Utara tinggal di pedesaan, bahkan mereka ada yang tinggal di desa tertinggal dan terisolir.

Kondisi ini tentu perlu diperhatikan lebih serius oleh Diskominfo Provau Jika adapun masyarakat desa yang sudah mulai menggunakan media, seperti surat kabar untuk mencari informasi, jumlahnya sangat relatif sedikit dan sangat jarang dijumpai. Selain itu, banyak tokoh-tokoh berpengaruh di Sumatera Utara yang tinggal di desa-desa dan mereka luput dari perhatian Diskominfo. Artinya, mereka belum sempat diundang dalam pertemuan-pertemuan rutin pada komunikasi kelompok yang dilakukan di kantor Diskominfo Provsu.

Keberadaan tokoh-tokoh masyarakat, terutama yang berdomisi di desa- desa perlu dilibatkan pada kegiatan penyebaran inovasi pembangunan. Hal ini bisa dilakukan oleh Diskominfo dengan cara mengundang mereka secara langsung dengan cara membuat pertemuan, ataupun para komunikator pembangunan melakukan diskusi langsung dengan mereka di tempat-tempat mereka berdomisili.

Secara teoritis dipahami bahwa tokoh-tokoh masyarakat, baik formal maupun informal merupakan agen-agen perubahan di masyarakat. Mereka merupakan pemuka pendapat (*opinion leaders*) yang sangat besar perannya dalam mempengaruhi masyarakat untuk melakukan perubahan. Mereka juga dapat lebih mudah mempengaruhi masyarakat menuju ke arah perubahan yang diharapkan, karena mereka dapat menggunakan bahasa dan cara yang dapat dimengerti oleh masyarakat di mana mereka tinggal. Sebaliknya, masyarakat Sumatera Utara juga banyak yang masih menjunjung tinggi terhadap etika menghormati yang lebih tua, apalagi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan misalnya. Istilahnya, masyarakat desa di Sumatera Utara sangat manut kepada tokoh-tokoh yang mereka segani di masyarakat.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan Susanto bahwa pada masyarakat tradisional (pedesaan), dependensi terhadap pemuka pendapat khususnya dalam menginterpretasikan isi pesan komunikasi sangat tinggi. Pemuka pendapat adalah pemimpin informal yang tidak selalu memiliki otoritas formal namun sangat berperan dalam membimbing tingkah laku dan mempengaruhi keputusan masyarakat.

Keberadaan pemuka pendapat sangat diperlukan dalam mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku masyarakat. Namun dari kenyataan yang terlihat sepanjang observasi dilakukan, penyebaran inovasi melalui tokoh-tokoh informal di masyarakat tersebutlah yang belum maksimal dijadikan sebagai strategi penyebaran inovasi pembangunan.

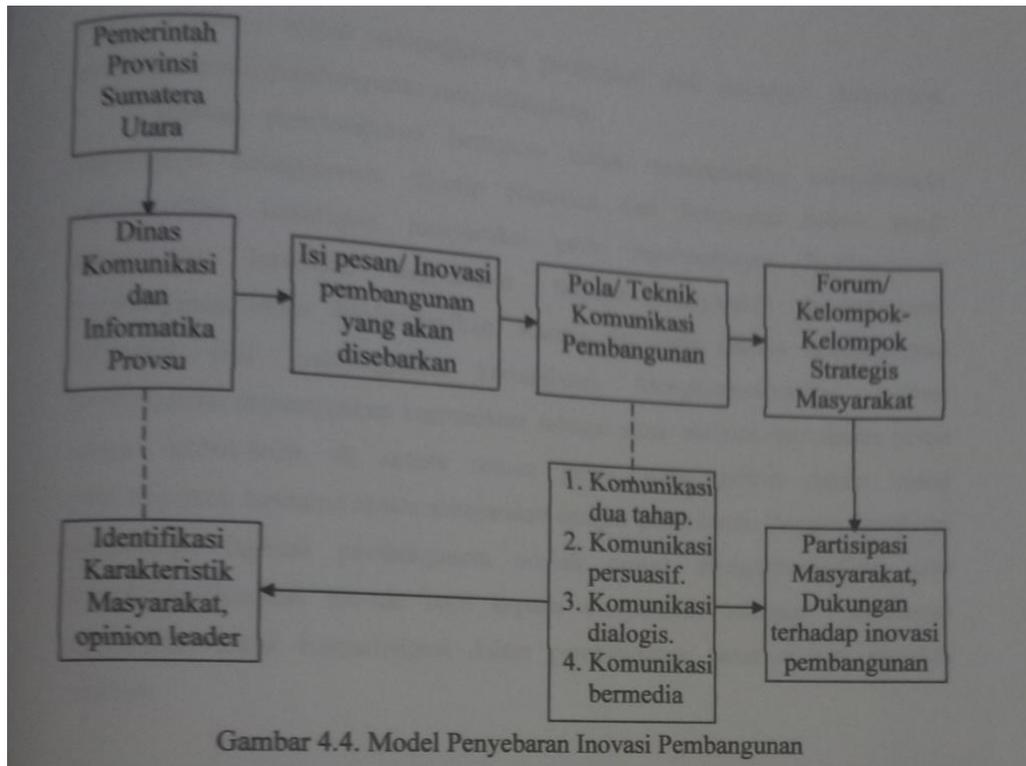
Diskominfo Provsu belum menempatkan peran tokoh-tokoh informal lokal dalam porsi yang wajar. Artinya, Diskominfo Provsu belum menjadikan pemuka pendapat sebagai komunikator dan mediator dalam proses penyebaran inovasi pembangunan kepada masyarakat, sebagaimana teknik komunikasi dua tahap

(two step flow communication) yang sangat sesuai dengan kondisi pedesaan. Diskominfo Provsu lebih cenderung menggunakan komunikasi kelompok yang rutin dilaksanakan di kantor dinas tersebut, dan mengandalkan kekuatan media massa cetak dan elektronik.

Penyebaran inovasi pembangunan di Sumatera Utara tentu tidak sepenuhnya terbatas pada model yang sudah digunakan selama ini. Selain melakukan penyebaran inovasi melalui komunikasi kelompok pada kegiatan coffee morning, temu pers, pemberdayaan KIM dan kehumasan, Diskominfo Provsu juga harus memberdayakan kelompok-kelompok strategis lainnya yang ada di masyarakat. Pemberdayaan kelompok strategis dapat memberi ruang partisipasi (public sphere) yang lebih besar bagi masyarakat dalam proses komunikasi. Sebagaimana model komunikasi dua tahap (two step flow communications), agen-agen perubahan adalah komunikator lokal/pemuka pendapat (opinion leaders) yang sangat berpengaruh dalam mewarnai penerimaan pesan. Mereka sebenarnya merupakan faktor komunikasi potensial bagi penunjang kegiatan pembangunan yang lebih luas. Dalam kaitan itu, model penyebaran inovasi pembangunan yang ditawarkan dalam rangka meningkatkan

efektifitas penyebaran inovasi di Sumatera Utara sebagaimana pada model di bawah ini.

Model di atas menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Sumatera Utara



Gambar 4.4. Model Penyebaran Inovasi Pembangunan

melakukan penyebaran inovasi pembangunan melalui Dinas Komunikasi dan Informatika. Selanjutnya Diskominfo Provsu melakukan identifikasi terhadap masyarakat yang akan menjadi sasaran penyebaran inovasi pembangunan, agar teknik dan model komunikasi yang digunakan efektif sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Inovasi pembangunan disebarakan dengan menggunakan teknik dan model komunikasi yang bervariasi. Variasi model komunikasi sangat erat kaitannya dengan sasaran yang tidak hanya kelompok-kelompok yang hadir pada kegiatan coffe morning, temu pers, KIM dan kehumasan, tetapi termasuk kelompok-kelompok strategis masyarakat, seperti perwiritan, Serikat Tolong Menolong (STM), organisasi sosial, ikatan kekerabatan dan sebagainya. Pengenalan terhadap sasaran penyebaran inovasi pembangunan, menuntut penyesuaian model komunikasi yang bisa dilakukan secara persuasif, dua tahap, dialogis dan bermedia. Dengan melakukan langkah-langkah atau model ini, maka

tujuan akhirnya adalah meningkatnya partisipasi atau dukungan masyarakat terhadap inovasi pembangunan yang dilakukan.

Inovasi pembangunan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana dikutip Nasution dari Schramin, bahwa untuk meningkatkan kehidupan masyarakat perlu pembangunan. Pembangunan memerlukan keaktifan masyarakat. Supaya masyarakat berpartisipasi, pembangunan harus diinformasikan. Karena itu perlu adanya sarana/saluran informasi dan pembangunan komunikasi. Mengkomunikasikan inovasi pembangunan menunjukkan komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah. Dengan demikian, penyebaran inovasi pembangunan adalah proses menginformasikan atau mengkomunikasikan ide-ide baru kepada masyarakat, sehingga kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan semakin hari semakin tumbuh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Komunikasi Kelompok yang dilakukan Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara, yang disesuaikan dengan hasil wawancara memiliki tiga kelompok komunikasi yaitu komunikasi informasi masyarakat, *copy morning*, dan bakohumas. Sifat

komunikasi kelompok yang termasuk komunikasi tatap muka, karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan melihat.

2. Inovasi Pembangunan yang disebarakan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Melalui Komunikasi Kelompok, dari hasil beberapa wawancara untuk penyebaran pembangunan di Provinsi Sumatera Utara pihak kominfo mengadakan *wibside* dan *e-mail*, bainer, spanduk dan brosur, baliho.
3. Efektivitas Komunikasi Kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara Dalam Penyebaran Inovasi. Berdasarkan wawancara dapat dipahami bahwa tujuan komunikasi mengandung dua dimensi yaitu: siapa yang hendak diajak komunikasi dan efek bagaimana yang diharapkan. Dalam program pengembangan komunikasi, informasi dan media massa yang selama ini dilakukan oleh kominfo seperti pementasan media tradisional melalui televisi, memperdayakan kelompok informasi masyarakat (KIM) di Kabupaten/kota, pargelaran pertunjukkan rakyat, dialog interaktif melalui radio.
4. Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dalam menyebarkan inovasi pembangunan. Keberadaan strategi tidak terlepas dari tujuan yang di capai hal ini ditunjukkan oleh suatu jaringan kerja yang membimbing tindakan yang akan dilakukan dan pada saat yang sama, artinya setelah kita bersama-sama memahami hakikat dan makna suatu tujuan, maka kita menentukan strategi untuk mencapai tujuan. Menurut hasil wawancara ada program dikominfo yang bernama program pengembangan komunikasi, dan media massa, seperti KIM, *workshop*, dialog interaktif, media *outdoor* dan pembuatan percetakan kalender, inilah salah satu strategi mengefektifitaskan komunikasi kelompok Dinas Komunikasi dan Informatika dalam penyebaran inovasi pembangunan.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan penelitian, selanjutnya dikemukakan saran :

1. Kelompok KIM yang telah dilakukan kominfo, masyarakat yang membentuk kelompok-kelompok sendiri yang disesuaikan dengan program kelompok tersebut, pihak kominfo merangkul sebaiknya kominfo lah yang mebentuk kelompok dengan tujuan kominfo itu sehingga masyarakat mengetahui program-program kominfo, bakohumas ini kelompok dari setiap daerah harusnya bakohumas bekerjasama dengan KIM karena bakohumas dan KIM mrmiliki tmpat kerja yang sama, sementara *coppy morning* program yang telah dijalankan perlu di evaluasi sebab sudah adanya kelompok KIM dan bakohumas bila perlu bakohumas yang mengelola KIM dan *coppy morning*.
2. Dengan danya teknologi handpone di setiap masyarakat maka dianggap perlu setiap

kelompok yang ada di kominfo seperti KIM, bakohumas dan *coppy morning* memfasilitasi yang namanya *WhatsApp, WeChat, Facebook* agar terjadi komunikasi kelompok terpadu gunanya membagi informasi setiap kelompok melalui *WhatsApp, WeChat, Facebook*

3. Dalam hal efektivitas yang telah dilakukan kominfo perlu melibatkan pihak universitas (pendidikan) untuk diterjunkan ke berbagai daerah kegunaannya memotivasi dan mengedukasi setiap kelompok-kelompok yang telah ada di kabupaten/kota hingga ke pelosok-pelosok desa.
4. Di samping yang telah dilakukan kominfo sekarang ini yaitu teknologi kekinian perlu juga membuat strategi yang berlandaskan keagamaan, agar pembangunan tidak hanya bertumpu pada pembangunan fisik harusnya ada pembangunan rohani agar pembangunan itu seimbang, seperti juru dakwah setiap agama yang ada di bumi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.

- _____. _____, Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Amir Mahmud, *Model Komunikasi Pembangunan Dalam Penyediaan Prasarana Perdesaan di Kawasan Pesisir Utara Jawa Tengah (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)*. (Tesis: Program Studi Magister Teknik Pembangunan Universitas Diponegoro, 2007)
- Andrian Pakaya, dkk. “Pola Penyebaran Informasi Pertanian (Studi Kasus di Desa Botubilotahu Kecamatan Marisa Utara Kabupaten Pohuwato)” dalam *Jurnal Penelitian Prodi Ilmu Komunikasi*, tahun 2005.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico, 1984.
- A. Supratiknya, *Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi* (Yogyakarta: Kanisius, 1995),
- A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997),
- Basuki, Heru. *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Bimo Walgito, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003
- Cangara, Hafid. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Choiriyati, Wahyuni, dkk. “Kohesivitas Kelompok Dalam Keyakinan Ahmadiyah” dalam *Jurnal Thesis Volume VII/ No. 1 Januari – April 2008*. Jakarta: FISIP UI, 2008.
- Cutlip, Scott M. dan Allen H. Center. *Effevtive Public Relations, Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001
-, *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005),
- Devito, Joseph A, *Human Communication, The Basic Course*, New York, Harper Collins Publishers, 1991.
- _____. *Komunikasi Antarmanusia*, terj. Agus Maulana. Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011.
- Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994),
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- _____. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adtya Bakti, 2000.
- _____. *Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989.
- _____. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984.
- Emery, dkk, *Introduction to Mass Communications*, New York: Dadd Mead & Company, 1970.
- Everett M. Rogers, *Diffusion of Inovation* (London: Colier MacMillan Publishers, 1983)
- Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi (Surabaya: Usaha Nasional, 1981),

- Fajar, Marhaeni. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktik*. Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2009.
- F. Rachmadi, *Perbandingan Sistem Pers* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990)
- Goldberg dan Larson. *Komunikasi Kelompok: Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*. Jakarta: Rjawali, 1985.
- Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004)
- Hannad bin Sari, *Kitab Zuhud*, No. Hadis Maqthu'. Ibnu al-Qayyim, Ighatsat al-Lahfan: 1/79, Beirut:Dar al-Ma'rifah, 1975.
- Hamalik, Oemar. *Pengolahan Sistem Informasi*. Bandung: Trigenda Karya, 1993.
- Hefni, Harjani, Lc. MA., *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Heru Basuki, *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya* (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006),
- Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik* (Jakarta: PT Grasindo, 2005),
- Hetifah Sj Sumarto, *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004),
- Husein, Machnun (Peny). *Etika Pembangunan dalam Pemikiran Islam di Indonesia*. Jakarta: CV. Rajawali, 1986.
- Imtiaz Hasnaini, “Komunikasi Menurut Pendekatan Islam” dalam *Jurnal Komunikasi Audenta*, Vol I. No. 1 Januari – Maret 1993 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993),
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001),
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, terj. Agus Maulana (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011)
- Kholil, Syukur. *Komunikasi Islam*. Bandung: Cita Pustaka, 2007.
- Kriyantono, Rakhmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Lauer, Robert H. *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*, terj. Alimandan SU. Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Liliweri, Alo, M.S, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Machnun Husein (Peny), *Etika Pembangunan dalam Pemikiran Islam di Indonesia* (Jakarta: CV. Rajawali, 1986),
- Mahmud, Amir. *Model Komunikasi Pembangunan Dalam Penyediaan Prasarana Perdesaan di Kawasan Pesisir Utara Jawa Tengah (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)*. Tesis: Program Studi Magister Teknik Pembangunan Universitas Diponegoro, 2007.
- Majid Tehranian, “Teori Komunikasi Dalam Perspektif Islam” dalam *Jurnal Komunikasi Audenta*, Vol I. No. 1 Januari – Maret 1993 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993),
- Mardikanto, Totok. *Komunikasi Pembangunan*. Surakarta: Sebelas Maret University Press, 1987.
- Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktik* (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2009)
- MoeljartoTjokrowinoto, *Pembangunan: Dilema dan Tantangan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,

- 1999),
- Moleong, Lexy. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- _____. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- _____, *Komunikasi Pembangunan* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010
- Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000),
- Muhammad bin Abi Syaibah, al-Mushannaf, *Kitab al-Maghazi*, 7/333, (Riyadh, Maktabah al-Rusd, 1409)
- Musyrifah Sunanto, *Sejarah Islam Klasik: Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam* (Bogor: Kencana, 2003),
- M. Quraish Shihab, *Membunikan Alquran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 1992),
- Nasution, Zulkarimen. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Oemar Hamalik, *Pengolahan Sistem Informasi* (Bandung: Trigenda Karya, 1993),
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)
-, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Adhya Bakti, 2000
-, *Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989),
- Pakaya, Andrian, dkk. "Pola Penyebaran Informasi Pertanian (Studi Kasus di Desa Botubilotahu Kecamatan Marisa Utara Kabupaten Pohuwato)" dalam *Jurnal Penelitian Prodi Ilmu Komunikasi*, tahun 2005.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- _____. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984.
- Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006),
- Rivers, William L. Dkk, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, terj. Haris Munandar. Jakarta: Kencana, 2003.
- Robert H. Lauer, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*, terj. Alimandan SU (Jakarta: Bina Aksara, 1989),
- Rogers, Everett M dan F. Floyd Shoemaker. *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi. Surabaya: Usaha Nasional, 1981.
- Rogers, Everett M. *Diffusion of Inovation*. London: Colier MacMillan Publishers, 1983.
- Saptono dan Bambang Suteng Sulasmono. *Sosiologi*. Jakarta: PT. Phibeta Aneka Gama 2007.
- Scott M. Cutlip dan Allen H. Center, *Effevtive Public Relations, Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses* (Jakarta: Indeks, 2004),

- Sendjaja, S. Djuarsa. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1994.
- Shihab, M. Quraish. *Membunikan Alquran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 1992.
- Siswanto. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Bumi Aksara, 2006.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.
- Sumarto, Hetifah Sj. *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.
- Sunanto, Musyrifah. *Sejarah Islam Klasik: Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam*. Bogor: Kencana, 2003.
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002),
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress, 2009.
- Supratiknya, A. *Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.
- Syukur Kholil, *Komunikasi Islam* (Bandung: Cita Pustaka, 2007),
- Rachmadi, F. *Perbandingan Sistem Pers*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1990.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Rogers, Everett M. *Diffusion of Inovation*. London: Colier MacMillan Publishers, 1983.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Bandung, *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Tjokrowinoto, Moeljarto. *Pembangunan: Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Tommy Suprpto, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: Medpress, 2009)
- Totok Mardikanto, *Komunikasi Pembangunan* (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 1987)
- Wahyuni Choiriyati, dkk. “Kohesivitas Kelompok Dalam Keyakinan Ahmadiyah” dalam *Jurnal Thesis Volume VII/ No. 1 Januari – April 2008* (Jakarta: FISIP UI, 2008),
- Walgito, Bimo. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset, 2003.
- Widjaja, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- William L. Rivers, Dkk, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, terj. Haris Munandar (Jakarta: Kencana, 2003),
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2000.
- Wursanto, Lg. *Etika Komunikasi Kantor*, Jogjakarta: Kanisius, 1987.
- Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002),

JURNAL

Hasnaini, Imtiaz, “Komunikasi Menurut Pendekatan Islam” dalam *Jurnal Komunikasi Audenta*, Vol I. No. 1 Januari – Maret 1993. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.

Tehrani, Majid. “Teori Komunikasi Dalam Perspektif Islam” dalam *Jurnal Komunikasi Audenta*, Vol I. No. 1 Januari – Maret 1993. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.

