

BAB II

TINJAUAN UMUM TEORI

A. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa yunani strategia (stratos = militer dan ag = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jeneral. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tetentu.¹⁴

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne endefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.¹⁵

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹⁶ Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan

¹⁴ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), h.3

¹⁵ Ali Hasan, marketing Bank Syariah, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29.

¹⁶ David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h. 14.

suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.

Throuth memutuskan bahwa inti dari strategi adalah adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat presepsi yang baik di benak komsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadikan yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.¹⁷

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efektif dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy mengemukakan komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain Untuk memberitahu atau mengubah sikap,

¹⁷ Ali Hasan, Op, Cit, h.29.

pendapat atau perilaku baik secara lisan maupun langsung melalui media

¹⁸

B. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan menejemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik oprasionalnya.¹⁹ Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya memimpin tentara tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jeneral (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.”²⁰

Sedangkan strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³ Sehingga dari uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan dan managemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan.

¹⁸ Onong Uchajana Effendi, Dinamika Sosial, (Bandung : RemajaRosdakarya. 1993), h. 32.

¹⁹ Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek „, h. 32.

²⁰ Hafied Cangara, perencanaan & Strategi komunikasi (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h . 64

Menurut R. Wayne Pace, Brend D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Tecniques for effective communication*, menyatakan ada tiga tujuan komunikasi di antaranya: *To secure understanding, to establish acceptance, to motivate action*. Pada tahap *to secure understanding*, komunikator memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang disampaikan. Setelah komunikan mengerti maka tahap berikutnya adalah pembinaan (*to establish acceptance*), pada akhirnya kegiatan dimotivasiakan (*to motivate action*).²¹

Menurut penulis Strategi adalah suatu perencanaan atau suatu konsep agar tindakan tersusun rapih. ketika suatu tindakan tanpa diadakannya suatu perencanaan maka rencana itu tidak akan berjalan sesuai dengan perencanaan tertentu.

Adapun komunikasi secara etimologi (bahasa), berasal dari bahasa Inggris “*communication*” yang mempunyai akar kata bahasa Latin “*comunicare*”. Kata “*comuncare*” sendiri memiliki tiga kemungkinan arti yaitu:

1. “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum.
2. “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah.
3. “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama.²²

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dan kompleks bagi kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun

²¹Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan,,,p.32

²² Muhamad Mufid, Komunikasi dan regulasi penyiaran (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007)

yang tidak dikenal sama sekali.²³

Secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (tersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi.²⁴ Adapun pendapat para ahli tentang komunikasi yaitu :

- a. Menurut Harold D. Lasswell adalah “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”
- b. Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh.
- c. Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Dalam hal ini Rogers mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

²³ Morissan dan Andy Corry Wardhany, Teori Komunikasi (Bogor: Ghaila Indonesia, 2009), p.1.

²⁴ Mufid, Komunikasi dan Regulasi Penyiaran „,p.1.

- d. Menurut Onong komunikasi adalah berasal dari bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communikatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.
- e. Menurut Lasswell komunikasi adalah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigm Lasswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:
 1. Komunikator (*Communicator, source, sender*)
 2. Pesan (*Message*)
 3. Media (*Channel, media*)
 4. Komunikan (*Communicant, communicatee, receiver, recipient*)
 5. Efek (*Effect, impact, influence*)²⁵

C. Macam-macam Komunikasi

1. Komunikasi Intrapersonal

Menurut Jalaludin Rahmat (2001) komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, presepsi, memori, dan berpikir. Dengan demikian, sensasi berasal dari kata “sense”, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Bila alat-alat indra mengubah informasi menjadi implus-implus saraf dengan bahasa yang dipahami otak maka terjadilah proses sensasi. Setelah terjadinya sensasi maka terjadilah presepsi,

²⁵ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: Rajawali Press, 2006), p.18.

presepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Ketika seseorang sudah mampu menafsirkan pesan maka seseorang akan masuk ketahap berikutnya yaitu memori. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing prilakunya. Tahap yang terakhir berfikir, berfikir adalah suatu kegiatan mental yang melibatkan kerja otak. Walaupun tidak bisa dipisahkan dari aktivitas kerja otak, pikiran manusia lebih dari sekedar kerja organ tubuh yang disebut otak.²⁶

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Adapun komponen-komponen komunikasi interpersonal diantaranya :

- a. Komunikator yaitu orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional, maupun informasional dengan orang lain.
- b. *encoding* adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan

²⁶ Jalaludin Rahmat, “Psikologi Komunikasi” (Bandung: Remaja Rosdakarya,

nonverbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikasi.

- c. Pesan merupakan hasil encoding, yaitu seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain.
- d. Penerima atau komunikasi adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik.
- e. Decoding adalah kegiatan internal dalam diri penerima. melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah” berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman pengalaman yang mengandung makna.
- f. Gangguan atau noise, noise dapat terjadi di dalam komponen-komponen maupun dari sistem komunikasi. Sebab noise merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.
- g. Konteks komunikasi, komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkret dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman dan

jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya: pagi, siang, sore dan malam. Terakhir adalah konteks nilai, konteks ini meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi. Seperti: adat istiadat, situasi rumah, norma sosial, norma pergaulan, etika, tatakrama, dan sebagainya. Agar komunikasi interpersonal dapat berjalan secara efektif.²⁷

Dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa ciri untuk membedakan dengan komunikasi yang lainnya. Adapun ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu:

1. Arus pesan dua arah, artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.
2. Suasana nonformal, komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat disebuah intansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada herarki jabatan dan prosedur birokrasi.
3. Umpam balik segera, komunikasi interpersonal biasanya

²⁷ Aw, Komunikasi Interpersonal,,, p.7-9.

mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antarindividu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, dalam fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu.
5. Peserta komunikasi dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.²⁸

Adapun tujuan komunikasi interpersonal diantaranya :

- a. engungkapkan perhatian kepada orang lain, dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membengkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan patner

²⁸ Aw, Komunikasi Interpersonal,,p.14-15.

komunikasinya, dan sebagainya.

- b. Menemukan diri sendiri, artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.
- c. Menemukan dunia luar, dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.
- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.
- e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku, komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahui atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media). Memberikan bantuan (konseling), ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Hubungan komunikasi interpersonal dapat dilakukan di berbagai

event: di perkumpulan-perkumpulan olah raga, keagamaan, kesenian, dalam konferensi, seminar dan lain sebagainya, bahkan di tempat-tempat umum seperti kampus, tempat ibadah, lingkungan dan lain sebagainya. Sedangkan hubungan interpersonal dalam arti sempit adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam situasi kekaryaan (*work organization*) dengan tujuan untuk mengubah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif.

D. Meningkatkan Kesadaran

Membangun kesadaran idealnya dilakukan dengan cara menstimulasi diskusi dan inovasi, sehingga kampanye atau promosi membangun kesadaran menjadi sebuah pilihan alat atau cara, bukan berupa resep atau arahan yang kaku (Sayers, 2006). Membangun kesadaran merupakan pemberian informasi dan pendidikan pada masyarakat tentang suatu topik atau isu dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku dan keyakinan masyarakat (Sayers, 2006). Kesadaran merupakan salah satu bentuk pengalaman, didalamnya terdapat kewaspadaan terhadap peristiwa penting yang dialami diri individu dalam interaksinya dengan lingkungan (Yontef, 1993). Pengalaman individu merupakan hubungan timbal balik antara eksistensi diri sendiri (*being in touch with one's own existence*),

pemahaman terhadap apa yang dilakukannya (what is), bagaimana dia melakukan hal tersebut (how), dan pemahaman terhadap berbagai macam alternatif yang dipilihnya (chooses) serta memahami pilihannya untuk menjadi dirinya (Yontef, 1993).

Konsep kesadaran lebih jauh disampaikan Neisser (dalam Natsoulas, 1981) bahwa individu yang mempunyai kesadaran adalah individu yang mempunyai aspek aktivitas mental yang mengalami perubahan dengan belajar dan mengembangkan kemampuannya untuk sadar terhadap objek, peristiwa dan situasi. Kesadaran dapat dipahami melalui siklus pengalaman yang dimulai dari adanya sensasi, pengenalan dan memberikan label terhadap pengalaman tersebut selanjutnya memberikan pemaknaan, pengambilan keputusan untuk merespon dan mengambil tindakan terkait pengalaman tersebut dan membuat kontak secara sadar dengan situasi yang terjadi, kemudian menyelesaikan dan bersiap untuk menghadapi pengalaman lainnya (Joyce & Sill, 2001). Kesadaran terbentuk dari beberapa aspek diantaranya adalah: kontak, mengindera, merasakan, pembentukan figur, dan keutuhan (Lartner, 2000).²⁹

²⁹ Yusuf Ratu Agung, " Meningkatkan Kesadaran Prilkaku Sejat Berbasis Komunitas " Jurnal Psikoislamika Vol. 10. II, (2013) j. 28-29