

**Drs. M. Saifuddin, M.Pd**

**ISBN 979 - 25 - 9476 - 0**

# **KOMUNIKASI PENGEMBANGAN KESEJAHTERAAN SOSIAL**

**Penerbit :  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
IAIN Raden Intan Lampung  
2014**

**Drs. M. Saifudin, M.Pd**

**KOMUNIKASI PENGEMBANGAN  
KESEJAHTERAAN SOSIAL**

**Penerbit :  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI IAIN  
RADEN INTAN LAMPUNG  
2014**

Perpustakaan Nasional: Katalog dalam terbitan (KDT)

**Drs. M. Saifuddin, M.Pd**

## **Komunikasi Pengembangan Kesejahteraan Sosial**

Ed. 1. Cet. 1 Bandar Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan  
2014

**ISBN : 979-25-9476-0**

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 44**

Undang-undang Nomor 7 Tahun 1987 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1982

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu dipidana dengan penjara paling lama 7 (tujuh) tahun, dan atau dengan paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud.

### **Hak Cipta pada Drs. M. Saifuddin, M.Pd**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh buku ini dengan cara apapun, termasuk dengan cara penggunaan mesin photo copy, tanpa izin dari penerbit, kecuali untuk kepentingan penulisan artikel atau karangan ilmiah

Cetakan Pertama, Desember 2014

Hak Penerbit pada Seksi penerbitan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
IAIN Raden Intan Lampung

Design Cover Lepi A Yudiansyah, S.Kom.

### **Alamat Penerbit**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Kampus Sukarame  
Telp. 0721 - 704030 Bandar Lampung

### **Kata Pengantar**

Alhamdulillah, syukur pada Allah swt., yang telah memberikan nikmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan sebuah tulisan yang berjudul Komunikasi Pengembangan Kesejahteraan Sosial.

Masalah kesejahteraan sosial cenderung selalu tumbuh seiring dengan sejarah kehidupan manusia, kemajuan teknologi, modernisasi maupun akibat samping proses pembangunan. Oleh karena itu dalam kaitannya dengan dakwah diperlukan pemikiran upaya meningkatkan partisipasi masyarakat melalui komunikasi untuk pemberdayaan dan pengembangan kesejahteraan sosial. Untuk itu dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki kompetensi dan profesional dalam berkomunikasi sosial dan melaksanakan bimbingan. Hanya dengan itulah maka usaha-usaha kesejahteraan sosial akan terwujud.

Tulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang Aspek-aspek Komunikasi yang dapat membantu dalam pengembangan kesejahteraan sosial. Semoga penulisan buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya para pelaku dakwah.

Kritik dan saran yang konstruktif sangat kami harapkan, agar tulisan ini dapat lebih sempurna.

Bandar Lampung, Desember 2014

Penulis,

Drs. M. Saifuddin, M.Pd

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>BAB II ARTI PENTING KOMUNIKASIBAGI PENYULUHAN DAN BIMBINGAN USAHA KESEJAHRETAAN SOSIAL DI INDONESIA.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB III PENGERTIAN DAN ASPEK TEORI KOMUNIKASI</b>	<b>25</b>
1. Pengertian Komunikasi .....	25
2. Komunikasi Persuasi .....	37
<b>BAB IV KOMUNIKASI SOSIAL.....</b>	<b>50</b>
1. Pengertian Komunikasi Sosial.....	50
2. Komunikasi Sosial di Alam Pembangunan .....	52
3. Manfaat dan Syarat Komuikasi Sosial bagi Pembangunan .....	52
<b>BAB V KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DI INDONESIA.....</b>	<b>58</b>
1. Kegiatan Komunikasi Pembangunan di Indonesia.....	58
2. Partisipasi .....	61
3. Penggunaan Komunikasi Tatap Muka ( <i>Face to Face         Communication</i> ) Dalam Komunikasi Pembangunan .....	67
4. Strategi Komunikasi Pembangunan Bidang Kesejahteraan Sosial.....	73
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>106</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **Komunikasi Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat**

Di dalam kehidupan manusia, senantiasa dipenuhi kebutuhan yang harus terpenuhi, kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Dalam memenuhi kebutuhan ini seseorang tidak akan dapat lepas hubungannya dengan manusia lain, karena setiap kebutuhan seseorang itu berkaitan dengan manusia lainnya. Sehingga satu orang dengan orang yang lain seakan-akan terjadi rasa ketergantungan dan rasa saling membutuhkan.

Kenyataan di dalam hidup bermasyarakat, usaha bersama dalam segala aspek kehidupan dan kegiatan-kegiatan adalah suatu tuntutan hidup. Dimana hal ini tidak akan diingkari, bahwa manusia sebagai "makhluk sosial" dimana setiap usaha bersama di dalam mencapai tujuannya dilakukan secara gotong-royong, dengan demikian sosial adalah sifat hakiki manusia. Seseorang tanpa mengindahkan nilai kesosialannya berarti menghindari dirinya sendiri sebagai masyarakat.

Dalam Undang-Undang No. 6/74 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial, yang menjadi landasan berpijak pada setiap upaya kesejahteraan sosial baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun masyarakat, disebutkan bahwa pemerintah mempunyai tugas/fungsi

- a. Menentukan kebijaksanaan yang diperlukan, untuk memelihara membimbing dan meningkatkan usaha kesejahteraan sosial.
- b. Memupuk, memelihara, membimbing dan meningkatkan kesadaran serta rasa tanggung jawab sosial masyarakat.
- c. Melaksanakan pengawasan pelaksanaan usaha-usaha kesejahteraan sosial.

Masyarakat memberi kesempatan seluas-luasnya untuk melaksanakan usaha-usaha kesejahteraan sosial, dengan mengindahkan garis kebijaksanaan

dan ketentuan-ketentuan sebagaimana ditetapkan dengan peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu maka diperlukan komunikasi yang erat antara pihak pemerintah dan masyarakat. Upaya untuk menumbuhkan kemauan dan kemampuan masyarakat dalam berpartisipasi dibidang kesejahteraan sosial, dirasa sangat penting dan mendesak. Maka berdasarkan kenyataan tersebut, komunikasi mempunyai peranan penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam usaha kesejahteraan sosial. Dalam buku ini penulis sebelum sampai pada pokok pembahasan maka perlu kiranya batasan pengertian, mengenai "komunikasi" Penyuluhan dan bimbingan masyarakat, maupun yang dimaksud "komunikasi" yaitu: merupakan suatu kegiatan usaha manusia untuk menyampaikan apa yang menjadi pikiran dan perasaannya, harapan ataupun pengalamannya kepada orang lain. Proses komunikasi adalah proses pengoperan dan penerimaan dari lambang-lambang yang mengandung arti. Kemudian mengenai pengertian "Penyuluhan sosial yaitu kegiatan awal untuk memberikan informasi dan motivasi mengenai masalah-masalah sosial, serta beberapa kemungkinan jalan keluar pemecahannya, sehingga masyarakat terangsang dan berminat untuk melaksanakan usaha-usaha kesejahteraan sosial.

Selanjutnya apa yang dimaksud dengan "Bimbingan Masyarakat" merupakan kegiatan lebih lanjut dari penyuluhan masyarakat, kegiatan pekerja sosial/lembaga sosial untuk memberikan arah dan cara melaksanakan usaha-usaha kesejahteraan sosial, atau suatu proses pemberian informasi dan motivasi tentang usaha kesejahteraan, sehingga masyarakat mau tahu dan mampu melaksanakan usahausaha kesejahteraan sosial secara gotong-royong dan berswadaya, dan terarah. Kegiatan penyuluhan dan bimbingan masyarakat merupakan kegiatan komunikasi, yang pelaksanaannya dapat dibedakan tetapi keduanya saling berkaitan sebagai kesatuan yang tersusun secara kronologis.

Pembangunan. Indonesia pada hakekatnya adalah pembangunan masyarakat seutuhnya, dimana mencakup pembangunan bidang materiil dan spirituil. Pembangunan kesejahteraan sosial sebagai bagian integral dari pembangunan nasional, yang bertujuan untuk menciptakan kondisi sejahtera bagi seluruh manusia Indonesia. Di negara kita, negara kesatuan yang demokrasi berlandaskan Pancasila, untuk memotivasi masyarakat agar berpartisipasi dalam kegiatan usaha kesejahteraan sosial diperlukan pendekatan dengan persuasif kepada masyarakat.

**BAB II**  
**ARTI PENTINGNYA KOMUNIKASI**  
**BAGI PENYULUHAN DAN BIMBINGAN**  
**USAHA KESEJAHTERAAN SOSIAL DI INDONESIA**

Sebagai upaya untuk menggalang jalinan kerjasama yang lebih akrab dan lestari, diperlukan komunikasi antar masyarakat disemua dengan elemen-elemen lainnya yang terkait. Komunikasi sebagai sarana hubungan antar individu maupun antar kelompok, bahkan meluas hubungan antar bangsa, sehingga kegiatan komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi mempunyai arti penting bagi usaha kesejahteraan sosial di Indonesia, berlandaskan pemikiran bahwa penyuluhan sosial merupakan gerak dasar usaha kesejahteraan sosial, dalam rangka menciptakan kondisi sosial masyarakat, sehingga memungkinkan masyarakat menerima dan mendukung nilai-nilai pembaharuan seirama kebutuhan pembangunan, dengan dasar garapan kelompok/kesatuan masyarakat/organisasi sosial. Adapun program yang dilaksanakan meliputi penyuluhan sosial dasar, bagi pelaksanaan program usaha kesejahteraan sosial, maupun program bidang pembangunan nasional lainnya. Penyuluhan sosial dilaksanakan melalui kegiatan penyuluhan sosial baik lisan, tulisan, maupun penggunaan mass media. Melalui kegiatan penyuluhan sosial ini diharapkan, program usaha kesejahteraan sosial dapat dilaksanakan dengan baik dan mencapai hasil secara optimal.

Selanjutnya dalam rangka pengembangan partisipasi masyarakat dalam usaha kesejahteraan sosial (UKS), untuk itu diusahakan agar peranan masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan bidang kesejahteraan sosial, akan lebih besar dari pada pemerintah sehingga titik berat peranan pemerintah akan lebih pada fungsi pengaturan dan

pengawasan.

Supaya lebih menjangkau sasaran pelayanan usaha kesejahteraan sosial di daerah pedesaan, upaya yang ditempuh melalui pembinaan dan menumbuhkan Pembimbing Sosial Masyarakat (PSM). Adapun tugas dari PSM tersebut sebagai komunikator dalam kegiatan penyuluhan sosial, dalam upaya pelaksanaan usaha kesejahteraan sosial di pedesaan.

Sesuai prinsip dasar penumbuhan PSM, sebagai pekerja yang berada di tengah-tengah masyarakat, mereka bekerja untuk kepentingan masyarakat di bidang kesejahteraan sosial, oleh sebab itu pembinaan dan pengembangan PSM lebih dikaitkan dengan nilai sosial yang melembaga, dalam kehidupan masyarakat setempat, antara lain kegotongroyongan dan kebersamaan. Sehingga pengabdian PSM kepada masyarakat di lingkungannya seharusnya dilandasi oleh rasa semangat, panggilan terhadap tugas kemanusiaan dan kesejahteraan sosial. Dalam hubungan ini supaya peningkatan penumbuhan PSM dan peranannya, secara fungsional akan lebih dikaitkan dengan kegiatan Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa (LKMD) khususnya di bidang kesejahteraan sosial, serta organisasi di tingkat pedesaan. Kedudukan Pekerja Sosial Masyarakat, atau PSM maupun pengurusan organisasi sosial, kebanyakan bekerja atas dasar kemanusiaan, berfungsi sebagai pendidik. Mendidik memang berbeda dengan mengajar. Kita mengajar apa yang kita ketahui, tetapi dalam pendidikan fungsi yang pokok adalah, mengembangkan kepribadian dan kejiwaan orang yang di didik memang agak berbeda pengertiannya. Di dalam mengajar hanya terjadi komunikasi dua arah, tetapi dalam pendidikan terjadi komunikasi tiga arah. Di dalam proses mengajar, komunikasi hanyalah dari guru kepada murid, mungkin juga terjadi komunikasi dari murid kepada guru. Ini yang disebut sebagai komunikasi dua arah. Di dalam proses pendidikan terjadi komunikasi tiga arah atau komunikasi segitiga, yaitu : pendidik memberikan pengarahan, kemudian didiskusikan

antar peserta pendidikan, untuk selanjutnya dilaporkan lagi kepada pendidik. Dengan demikian terjadi komunikasi segitiga seperti juga yang kita pelajari dalam ungkapan Ing Ngarsa Sung Tulodo, Ing Madya Mangun Karsa, Tut Wuri Handayani. Ketiga unsur ini tidak dapat dipisah-pisah, tetapi merupakan satu kesatuan, atau satu sistem.

Adanya komunikasi segitiga ini, maka orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut merasa dirinya penting dan merasa dianggap sebagai unsur yang diperhatikan. Oleh sebab itu akan terjadi perkembangan menurut pemikiran bersama dari seluruh masyarakat yang menjadi sasaran pendidikan. Sebenarnya sistem ini tidak hanya berlaku untuk menggerakkan masyarakat, tetapi juga berlaku dalam hubungan kepegawaian. Komunikasi segitiga inilah merupakan kunci dinamika masyarakat. Dengan sistem ini partisipasi dapat lebih lancar, sebab partisipasi bukan hanya turut serta, tetapi turut serta dengan keyakinan penuh kepercayaan pada diri sendiri. Jika ada perasaan ditekan atau dipaksa maka partisipasinya akan mengendor. Peran ikut serta dalam pemikiran turut serta dalam penentuan, merupakan unsur-unsur yang sangat penting dan memberikan gairah dalam partisipasi pembangunan. Memang perasaan dianggap sebagai orang yang ikut aktif dalam penanggung hak dan kewajiban merupakan satu perangsang dalam partisipasi. Apabila seseorang merasa bahwa pemikirannya dihormati, merupakan pendorong tersendiri untuk ikut berpartisipasi. Dengan adanya komunikasi segitiga, keseluruhan partisipasi akan merupakan satu sistem kesatuan yang bulat.<sup>1</sup>

Sesuai dengan fungsi spesifik dari ilmu komunikasi, yaitu berusaha mencapai komunikasi yang harmonis, bermanfaat untuk meningkatkan

---

<sup>1</sup> Soedjito Sosrodiharjo, *PSM Sebagai Motivator dan Dinamisator Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Media Partisipasi Sosial, No. I, tahun 1984, hal.14-18.

hidup serta martabat manusia, maka dikenal berbagai tugas dan fungsi khusus. Fungsi selalu berkaitan dengan tujuan yang berhak dicapai. Demikian juga tehnik yang dipilih selalu diarahkan pada fungsi-fungsi ini. Adapun fungsi komunikasi meliputi:

- a. Memberikan penerangan
- b. Pendidikan
- c. Mempengaruhi (mengadakan inovasi, difusi dalam pembangunan)
- d. Memberikan hiburan

Teori mengenai fungsi komunikasi ini banyak dikemukakan oleh beberapa sarjana dalam buku "*The Process and Effects of Mass Communication*" antara lain. Hageman, dofivat maupun Willbur Schraam. Fungsi ini tertuju kepada mencari konsensus masyarakat, agar supaya melalui proses sosial dapatlah dibentuk struktur sosial. Menurut Willbur Schraam ia menyatakan bahwa ilmu komunikasi sampai saat ini terlalu banyak melihat dari segi komunikatornya saja, yang berusaha mempengaruhi komunikan tanpa memperhatikan bahwa antara komunikan dan komunikator harus mempunyai kepentingan bersama, harus terjadi interdependensi, agar komunikasi berjalan dengan lancar dan serasi. Suatu komunikasi tidak akan efektif, apabila tidak ada kepentingan bersama antara komunikator dan komunikan. Akhirnya orang melihat bahwa antara komunikator dan komunikan terdapat suatu hubungan sosial, dalam hubungan sosial ini akan terjadi proses komunikasi. Maka proses komunikasi sangat tergantung bagaimana hubungan sosial komunikator dan komunikan.

Apabila permulaan abad ke 20, orang menganggap bahwa komunikan paasif sekali, tetapi sekarang dengan kemajuan ilmuilmu sosial juga perkembangan dari ilmu komunikasi yang sangat pesat, tumbuh pendapat yang menyatakan bahwa komunikasi sangat aktif,

bahkan sering kali terjadi komunikasi sedemikian aktifnya sehingga ia menjadi manipulator media massa. Secara tidak langsung media massa mengarahkan diri kepada kepentingan komunikasi/khalayak apabila khalayak tidak diperolehnya, usaha kegiatan komunikasinya tidak berguna.

Hubungan sosial antara komunikasi dan komunikator menentukan juga dalam bentuk "apa" (fungsi apa) komunikasi mengharapkan, komunikator memberikan informasinya. Komunikasi dan komunikasi oleh Willbur Schramm dinilai sebagai dua satuan yang terpisah (Two Separate Units), mengadakan dua kegiatan terpisah (Two Separate Acts) yaitu masing-masing dalam fungsi dan kedudukan sebagai komunikator dan komunikasi. Interpretasi oleh komunikasi sangat menentukan fungsi dan peranan komunikator, serta fungsi komunikasinya. Sesuai interdependensi tercermin dalam pembagian pekerjaan sebagai berikut :

Komunikator :	Komunikasi :
- Penerangan	- Mengerti
- Pendidikan	- Kesiapan belajar
- Menyenangkan	- Menikmati
- Mempengaruhi dengan persuasi	- Memutuskan untuk menolak atau menerima pesan

Dilihat dari hubungan sosial, yang merupakan interdependensi dan menentukan fungsi komunikasi, komunikator memiliki suatu fungsi sosial, sedangkan pada komunikasi terdapat fungsi individu. Dengan demikian dapat diketahui bahwa fungsi komunikasi, ditinjau dari segi komunikator dan komunikasi dapat terjadi kegiatan sebagai berikut :

Sebagai Kegiatan Sosial

(Fungsi Komunikator)

- a. Menyebarkan pengetahuan kepada lingkungan (hasrat

- menyampaikan)
- b. Mengadakan sosialisasi dengan anggota masyarakat menyadarkan akan tugas-tugas dan peran serta norma-norma.
  - c. Memberi hiburan dan menghidupkan daya kreasi dan artistik.
  - d. Memperoleh konsensus serta pengikut.

Sebagai Kegiatan Individu (Fungsi Komunikasi)

- a. Mencoba mempelajari apa yang didengar, memperhitungkan untung ruginya.
- b. Memperoleh pengetahuan serta kecakapan agar hidup lebih mudah dan dapat dipahami.
- c. Menikmati, melupakan persoalan dan masalah-masalah yang di hadapi.
- d. Mengambil keputusan kalau ada alternatif lain, bertindak sesuai dengan norma masyarakat.<sup>2</sup>

**SITUASI KOMUNIKASI DALAM BERBAGAI FUNGSI**

	Fungsi Informasi	Fungsi Mendidik	Fungsi Persuasi	Fungsi Menghibur
I. Komunikator	Setiap orang dengan	Guru	Setiap orang atau	Amatir ataupun profesional
II. Tujuan hubungan komunikasi.				
1. Komunikator	Penyebaran informasi	Penyebaran informasi ingkatan pengetahuan untuk tahu lebih banyak (belajar)	Menghasilkan pendapat dan dukungan	Memberi hiburan dan mempertinggi sating pengertian.
2. Komunikan	Menilai dan menguji kebenaran, biasanya dalam jangka pendek	Mempelajari apa yang ingin atau harus di pelajari biasanya dalam jangka panjang	Mendengar argumen dan alasan	Mengalami dorongan untuk melaksanakannya (sering kali hal baru) berdasarkan perasaan senang.

<sup>2</sup> Willbur Schramm dan Donald F. Roberts, *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana Chicago, London, 1971, p.21.

III. Hubungan ke Budayaan.				
1. Komunikator	Diharapkan adalah membawa berita	Diharapkan adalah guru yang cakap dan ahli.	.....	Diharapkan artis yang cakap dan baik
2. Komunikan	Diharapkan akan mendengarkan	Diharapkan akan mendengarkan dan cermat.	.....	Diharapkan bersedia meninggalkan prasangka dan menerima hal-hal diluar kemungkinan.

### SITUASI KOMUNIKASI DALAM BERBAGAI FUNGSINYA

Fungsi Informasi    Fungsi Mendidik    Fungsi Persuasi    Fungsi Menghibur

I. Komunikator	Setiap orang dengan pengetahuan	Guru	Setiap orang atau Lembaga yang mencari dukungan	Amatir ataupun profesional
II. Pola Komunikasi. 1. Antar Pribadi 2. Media	Dimana-mana Media informasi	Disekolah atau kelompok pendidikan. Textbook, ETV, dll.	Dimana-mana Media opini dan periklanan.	Panggung dan tempat-tempat khusus. Media Hiburan.
III. Efek-efek 1. Reaksi	Mempunyai perhatian atau tidak, meragukan atau berterima kasih.	Kadang-kadang dengan perhatian terhadap masalah dan kegiatan belajar.	Menerima atau menolak.	Membangkitkan.
2. Perubahan	Penghimpunan dari informasi baru dan yang penting diterima berdasarkan rasio demi perubahan sikap	Penghimpunan dari informasi sebagaimana mampu diterima dan relevan, penghimpunan informasi untuk penggunaan jangka panjang.	Proses penggunaan rasio demi perubahan sikap.	Sedikit perubahan; penggunaan bahan baru demi interaksi sosial ataupun pengertian baru terhadap lingkungan nya.

Fungsi komunikasi ditentukan oleh hubungan sosial antara komunikator dan komunikan, kegiatan komunikasi serta fungsi dari komunikator maupun komunikan sangat ditentukan oleh situasi masyarakat sendiri.

Komunikasi merupakan landasan dari setiap hubungan dan kehidupan sosial, maka dengan sendirinya, berubahnya hidup manusia, berubah pula teori komunikasi. karena obyek materi berubah, sehingga kegiatan komunikasinya juga berubah.

Menurut teori Zimmer Man dan Bauer kegiatan komunikasi merupakan suatu kebiasaan (Communication habit). Kebiasaan ini sangat ditentukan oleh situasi sosiologi, psikologi, dan antropologi dalam setiap masyarakat. Sedemikian besar peranan komunikasi, sehingga Zimmer Man dan Bauer melihat kegiatan komunikasi dengan tujuan pokok yaitu :

- a. Pembentukan kelompok (group building)
- b. Mempertahankan norma kelompok (group norm defending).

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan sosial, bahkan kegiatan sosialisasi (memungkinkan seseorang menjadi anggota suatu kelompok).<sup>3</sup>

#### 1. Usaha Kesejahteraan Sosial di Indonesia

Pembangunan bidang kesejahteraan sosial di Indonesia, disusun sebagai pedoman dasar dalam upaya melaksanakan Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) dibidang kesejahteraan sosial, yang secara fungsional menjadi tanggung jawab pemerintah, walaupun demikian tidak berarti semua usaha kesejahteraan sosial dilaksanakan secara penuh oleh Departemen Sosial, sebab ada beberapa bagian dari usaha kesejahteraan sosial yang dilaksanakan oleh Departemen yang lain, misalnya yang dilaksanakan oleh Departemen Kesehatan, Tenaga Kerja, Transmigrasi, Departemen Pendidikan Nasional maupun

---

<sup>3</sup> Lewis a Dexter and David M. Whitc., *People Society and Mass Communication*, Collier-MC Millan. LTD, London, 1964, p.97.

Lembaga non Departemen yaitu, BKKBN, serta lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan yang bersifat Swasta.

Pembangunan bidang kesejahteraan sosial sangat luas dan kompleks, sehingga bagian-bagian tertentu dapat pula dilaksanakan oleh departemen lainnya, selain dari pada Departemen Sosial, misalnya kesehatan masyarakat, pembinaan masyarakat transmigrasi, pembinaan peranan wanita, pembinaan generasi muda dan beberapa bidang lainnya. Dalam upaya dibidang kesejahteraan sosial dapat pula dilakukan melalui kegiatan-kegiatan yang terkoordinasi antar Departemen maupun non Departemen, contoh Bakolak Inpres, Penanggulangan Korban Bencana Alam, Penanggulangan Korban Penyalahgunaan Narkotika dan Anak Nakal.

Dalam pelaksanaan Usaha Kesejahteraan Sosial di Indonesia, maka yang bertanggung jawab adalah Departemen Sosial. Secara asasi dan fundamental, Departemen Sosial mempunyai wewenang memberikan dasar dan pemberi arah. Untuk itu telah disusun pula dasar pembangunan bidang kesejahteraan sosial, dalam pelaksanaannya menganut prinsip melanjutkan, meningkatkan, mengembangkan dan memperbaiki serta memperbaharui segala hasil pembangunan bidang kesejahteraan sosial, yang telah dicapai dalam kurun waktu Repelita pada tahun sebelumnya.

Ditetapkannya Pola Dasar Pembangunan bidang Kesejahteraan Sosial, dimaksudkan untuk memberikan kejelasan posisi, peranan dan arah pembangunan bidang kesejahteraan sosial, sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan nasional, dengan tujuan agar dapat diwujudkan kondisi kesejahteraan sosial yang diinginkan, dalam tahapan-tahapan pembangunan lima tahun, sejalan dan terarah dengan tahapan upaya mewujudkan pencapaian tujuan pembangunan nasional.

2. Prinsip-prinsip Dasar Usaha Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial Prinsip-prinsip dasar usaha kesejahteraan sosial/pelayanan sosial adalah sebagai berikut :

- 2.1. Setiap warga negara berhak atas kesejahteraan sosial sebaik baiknya, serta berkewajiban sebanyak mungkin ikut serta dalam usaha-usaha kesejahteraan sosial.
- 2.2. Usaha kesejahteraan sosial merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dengan masyarakat. Masyarakat diberikan kesempatan seluas-luasnya, menyelenggarakan usaha kesejahteraan sosial, dengan berdasarkan garis kebijaksanaan dan ketentuan peraturan per Undang-Undangan dibidang kesejahteraan sosial.
- 2.3. Nilai-nilai kemanusiaan; kekeluargaan, kegotong-royongan, kebersamaan, kesetiakawanan sosial, tanggung jawab sosial serta keadilan sosial tercermin dalam Usaha Kesejahteraan Sosial.

Kepercayaan akan kemampuan dan harga diri, merupakan motivasi dasar bagi setiap penyandang masalah kesejahteraan sosial dengan meniadakan sikap serta watak ketergantungan belas kasihan.

3. Peranan Komunikasi Dalam Fungsi-fungsi Usaha Kesejahteraan Sosial. Kesejahteraan sosial di dalam berbagai bentuk kegiatannya meliputi semua bentuk intervensi sosial, terutama ditujukan untuk meningkatkan kebahagiaan atau kesejahteraan individu, kelompok, maupun masyarakat sebagai keseluruhan. Dapat pula mencakup seluruh upaya, dan kegiatan secara langsung ditujukan untuk menyembuhkan, pencegahan, masalah-masalah sosial.

Adapun fungsi-fungsi dari usaha kesejahteraan sosial dan pelayanan sosial, meliputi berbagai fungsi yaitu sebagai berikut :

#### 3.1. Pencegahan (preventif)

Fungsi ini mengandung pokok unsur kegiatan :

### BAB III

#### PENGERTIAN DAN ASPEK TEORI KOMUNIKASI

##### 1 Pengertian Komunikasi

Setiap manusia hidup selalu mengadakan komunikasi, untuk menyatakan dan mengungkapkan segala apa yang dirasakan, di inginkan ataupun yang diharapkan. Selain itu seseorang akan mengadakan komunikasi dengan orang lain, gerharap untuk mengerti perasaan dan keinginan orang lain, sehingga dapat ditarik kesimpulan, bahwa manusia itu dengan bermacam cara selalu mengadakan komunikasi. Hal tersebut terjadi karena manusia itu disamping mempunyai sifat individu, tetapi juga sebagai makhluk sosial.

Seorang Sarjana bernama Raymond S. Roos menyebutkan bahwa : "Man's as his biology and social characteristic are his over thelming needs to communication and express him self.

Maka setiap manusia sebagai makhluk sosial, selalu mengadakan interaksi sosial dengan orang lain melalui kegiatan komunikasi.

Menurut Deutshmann yang dikutip oleh DR. Phil. Astrid pada buku komunikasi dalam teori dan praktek kegiatan komunikasi dapat diperinci sebagai berikut :

- a. Private Communication ; yang dimaksud private communication, yaitu pernyataan yang bersifat tertutup tidak disebarluaskan, ini dapat dilakukan secara tatap muka (face to face), maupun dengan memakai media atau alat, misa didalam interpersonal communication (komunikasi antar r dengan mempergunakan alat yaitu dengan telephor radio dan sebagainya).
- b. Publik communication (komunikasi untuk public yang dimaksud public communication yaitu ide-ide yang disebarluaskan agar diketahui punyai pengaruh terhadap masyarakat.

Public communication ini dapat dilakukan

b.1. Komunikasi secara tatap muka (*face to face communication*)

yaitu komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain, atau sekelompok orang atau kelompok yang lainnya dalam jumlah sedikit pada tempat tertentu secara berhadapan muka antara komunikator dengan komunikan saling mengenal satu dengan yang lainnya.

b.2. Assemble public communication yaitu bentuk kegiatan komunikasi yang mana komunikator berhadapan langsung dengan massa pada tempat yang sama, dan kegiatan ini lazimnya disebut retorika atau public speaking.

b.3. Non assemble public communication yaitu komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) komunikasi antar seseorang dengan orang lainnya ataupun dengan sekelompok kecil orang dengan mempergunakan media dan antara komunikator dan komunikan tidak terdapat pada tempat yang sama (tempat tertentu).

b.4. Mass media communication sering dikacaukan dengan komunikasi massa istilah Indonesia. Menurut Deutschmann mass Media communication yaitu suatu bentuk kegiatan komunikasi yang dikategorisasikan dalam non assemble public communication yaitu media tercetak, baik berbentuk tulisan maupun gambar termasuk radio, TV, film.

Menurut Mac Luhan bentuk tersebut termasuk electric informational media. Komunikasi dengan media elektrik memiliki kelebihan dalam menjangkau masyarakat luas dapat pula mengatasi hambatan geographis maupun teknis.<sup>10</sup>

Komunikasi massa tidak hanya terbatas pada media, tetapi yang

---

<sup>10</sup> Astrid, Komunikasi Dalam Teori dan Praktek, Jilid I, Binacipta, Jakarta, 1988, hal. XXI.

dimaksud disini juga setiap aktifitas yang menyangkut penyebaran informasi memiliki sifat keterbukaan seperti iklan, penerangan, penyuluhan dan sebagainya. Bentuk Komunikasi Massa ini terdapat 3 Jenis :

1. Formal mass communication yang mana komunikasinya melembaga sifatnya, pesan yang dilancarkan terorganisir lewat program-program yang teratur, sedangkan para pelaksananya biasanya profesional mempunyai kedudukan dan status hukum. Biasanya lembaga ini berhasil menciptakan public yang tetap, sehingga fungsi sosialnya dapat dirasakan. Termasuk dalam bentuk ini yaitu :

- a. Media ruang : surat kabar, majalah, buku dan sebagainya.
- b. Media waktu : radio
- c. Media ruang dan waktu : film, TV

Setiap media mempunyai karakteristik sendiri dan mempunyai kelebihan-kelebihanmisalnya :

- Media ruang :

1. Pembaca mendapatkan mated yang diinginkan
2. Pembaca bisa memilih apa yang disukai dari materi tercetak dan hai ini sulit dilakukan oleh media waktu (radio)
3. Pesan dari materi tercetak bisa diolah lebih lengkap sesuai dengan ruang, sehingga audience relatif memperoleh informasi yang lebih lengkap.
4. Pembaca dapat mengulang materi setiap waktu
5. Dapat menjangkau generasi yang akan datang, karena materi tercetak ini dapat disimpan sebagai dokumen.

- Media Waktu (radio) :

1. Radio dapat mencapai daerah yang lebih luas dan surat kabar dan film.
2. Isi radio lebih bisa bervariasi dibandingkan dengan surat kabar.
3. Radio mempunyai partisipasi lebih tinggi karena pendengar seolah-

olah ambil bagian dalam satu peristiwa

4. Radio lebih mirip dengan kontak secara "tatap muka"
5. Audience radio terutama adalah orang-orang yang berpendidikan rendah, sehingga lebih berguna (use able) sedangkan pesan yang dibawakan sifatnya ringan.

- Media ruang dan waktu (TV, Film) :

Termasuk audio visual bisa dilihat dan didengarkan, tetapi media ini kebanyakan hanya berperan di kota-kota dan jelas belum dapat diandalkan untuk berperan sebagaimana halnya radio, mengingat TV/film merupakan barang konsumtif yang belum setiap tempat dapat dijangkau.

2. Informal mass communication : dalam bentuk ini komunikatornya tidak melembaga, sedangkan pesannya tidak mempunyai program yang tetap, komunikatornya tidak lekas dikenal. Secara hukum tidak ada yang bertanggung jawab atas pesan yang dilancarkan kepada public, pada komunikasi massa secara informal tidak terdapat unsur periodisitas dan universalitas.

Bentuk-bentuk ini ada bermacam-macam yaitu :

- a. Word of mouth communication (berita dan mulut ke mulut).
  - b. Desas-desus (gossip)
  - c. Rumor
  - d. The two step flow of communication hypothesis (komunikasi dua tahap), yaitu komunikasi dua tingkat dengan pemakaian gate keeper sebagai penyebar informasi.
3. Komunikasi Tradisionil : suatu bentuk komunikasi massa yang pesannya dilancarkan lewat kesenian tradisional masyarakat setempat.

## 2. Proses Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata bahasa latin "communis" yang berarti

milik bersama, dimana komunikator dan komunikan memiliki persamaan dan penyesuaian menghadapi suatu informasi atau ide-ide.

Komunikasi mempunyai arti penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat, dengan adanya komunikasi komunikator sebagai pencetus ide-ide, dapat menanamkan ide-idenya secara perlahan-lahan untuk mencapai persesuaian dengan kehidupan dan tujuan masyarakat.

Dalam proses komunikasi, yang dimaksud komunikator yaitu individu atau sekelompok orang, bertindak sebagai pemrakarsa untuk berkomunikasi dengan kelompok lain, atau dengan individu lain. Dalam proses komunikasi yang disebut komunikan, adalah individu atau sekelompok individu yang menjadi obyek kegiatan komunikasi. Hasil-hasil kegiatan komunikasi tersebut meliputi anjuran dan ide komunikator diterima oleh komunikan, akhirnya kita dapat menarik kesimpulan bahwa, antara komunikator dan komunikan dihubungkan oleh informasi atau disebut pesan.

Proses komunikasi terjadi apabila seorang komunikator sebagai source (sumber) mengencode untuk mengemukakan gagasannya atau ide-idenya maupun pikiran dan gagasan lebih lazim disebut pesan, dengan lambang yang mengandung arti, baik secara lisan maupun tertulis ataupun dengan gambar. Kemudian destination sebagai komunikan akan mendecode, yang dimaksud yaitu mengartikan tanda-tanda atau pesan yang datang padanya, kemudian menginterpretasikan tanda-tanda pesan tersebut, sesuai dengan apa yang dimaksud atau yang dikehendaki oleh komunikator.

Apabila destination tidak dapat menginterpretasikan pesan-pesan yang dilancarkan komunikator, komunikasi tidak akan terjadi. Sering komunikator mengharapkan umpan balik dari komunikan, maka destination mendecode lambang kemudian menginterpretasikan pesan-pesan yang dilancarkan komunikator, kemudian komunikan mengencode kembali pesan komunikasinya kepada komunikator, yang sesuai dengan

interpretasinya dalam bentuk lambang yang mengandung arti terjadilah umpan balik.



### 2.1. Komunikasi Satu Arah

Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan pada komunikator satu arah, komunikator berlaku aktif, sedangkan komunikan (penerima) berlaku pasif. Pada komunikasi satu arah ini sumber (komunikator) dapat mengatur pesannya secara sistematis dan tepat sesuai keinginan komunikator, disamping itu komunikator sebagai sumber, mampu mengatur waktu yang diperlukan untuk menyampaikan pesan sesuai keinginannya. dalam upaya menjangkau audience dalam jumlah besar.

Pada bentuk komunikasi satu arah ini terdapat keuntungan antara lain

- a. Lebih efisien dalam waktu dan biaya
- b. Komunikator dapat menyembunyikan diri, dalam arti ia tidak perlu menguasai bahan yang dikomunikasikan. Misalnya : seorang yang berpidato, tetapi teks pidato yang dibacakan bukan dibuat sendiri, sehingga kurang menguasai materi yang disampaikan.

Disamping keuntungan atau kelebihan dari bentuk komunikasi satu arah, terdapat pula beberapa kelemahan dalam penggunaan komunikasi bentuk ini, antara lain :

- a. Komunikator (sumber) tidak dapat segera mengetahui apakah pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh pihak

komunikasikan, ada kemungkinan penerima tidak menaruh perhatian pada pesan (message) yang dilancarkan oleh komunikator.

- b. Komunikator (sumber) tidak dapat segera mengetahui apakah pesannya diinterpretasikan sama, seperti yang dikehendaki, seperti yang dikehendaki komunikator (sumber).

## 2.2. Komunikasi Dua Arah

Bentuk komunikasi dua arah, penyampaian pesan bukan dilakukan oleh komunikator, tetapi juga oleh komunikan. Dalam bentuk ini kegiatan komunikasi dilaksanakan timbal balik diantara komunikator dan komunikan. Kelebihan dan keuntungan bentuk komunikasi ini yaitu :

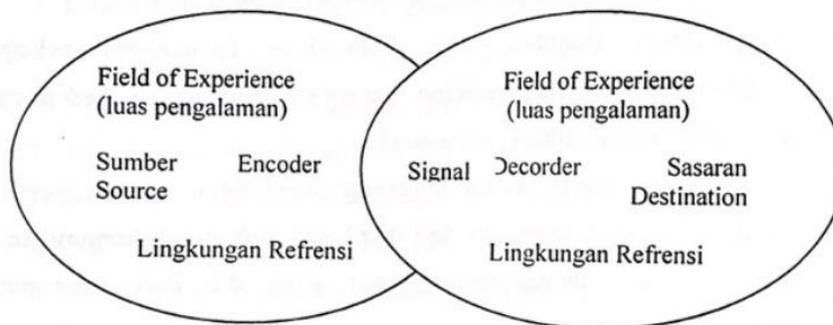
- a. Komunikator (sumber) dan komunikan (penerima) saling bergantian dalam melancarkan pesannya, selanjutnya keduanya mengadakan komunikasi secara aktif.
- b. Komunikator dapat secara langsung mengetahui apakah pesan yang dilancarkan mengerti dan dipahami oleh pihak komunikan. Yakni melalui tanggapan-tanggapan yang diberikan penerima (komunikan).
- c. Komunikator sebagai sumber secara langsung mengetahui apakah pesan yang dilancarkan sesuai harapan komunikator.

Disamping kelebihan/keuntungan seperti tersebut diatas. terdapat beberapa kelemahan dari bentuk komunikasi timbal balik (komunikasi dua arah) yaitu :

- a. Sumber kurang dapat mengatur pesannya (message) secara sistematis dan tepat menurut keinginannya.
- b. Komunikator tidak dapat memperkirakan waktu yang diperlukan, untuk menyampaikan pesannya sesuai dengan keinginannya.
- c. Apabila audience yang berkomunikasi jumlahnya terlalu banyak, komunikasi tidak efisien dalam waktu dan biaya.
- d. Komunikator tidak dapat menyembunyikan diri, komunikan akan

melancarkan pesannya kembali kepada komunikator. apabila komunikator tidak menguasai materi yang disampaikan, maka kepercayaan komunikan kepada komunikator berkurang.

Proses komunikasi akan berjalan dengan lancar, apabila diantara komunikator dan komunikan terjadi suatu common of experience, makin besar persamaan luas pengalaman dan lingkup referensi antara komunikator dan komunikan, makin besar pula persamaan pengalaman maka komunikasi akan berjalan lancar. Makin kecil persamaan pengalaman makin sukar komunikasi itu berlangsung.



Gambar model diatas lingkaran-lingkaran diatas merupakan himpunan pengalaman dari dua orang yang sedang melakukan komunikasi. Karena source (sumter) dapat mengencode dan sasaran (destination) semata-mata berdasarkan istilah yang pernah diketahuinya dan pengalaman masing-masing dari orang yang mengadakan komunikasi tersebut.

Berhasilnya komunikasi tergantung pada pesan yang dilancarkan, sebab pada dasarnya sasaran (individu atau kelompok dari individu) itu memiliki pembawaan tertentu yang dibawanya sejak fahir, memang sikap semacam ini dapat dirubah, tetapi dalam jangka panjang, dan perubahan ini merupakan akibat dari message yang dilancarkan. Komunikator apabila menginginkan komunikasinya berhasil, harus meneliti sedalam-

dalamnyatujuan orang-orang yang dijadikan sasaran.

Menurut Willbur Schramm dalam bukunya "How Communication Work" yang disadur oleh Onong U. Effendy menyatakan bahwa para komunikator perlu memperhatikan 4 syarat yang menyangkut pesan :

1. Pesan (message) harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga mampu menarik perhatian destination (sasaran). Untuk itu perlu memperhatikan waktu, tempat, yang dilengkapi dengan isyarat-isyarat yang merangsang perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda, yang sesuai dengan pengalaman antara sumber dan sasaran, sehingga sama dimengerti dalam masalah ini harus memperhatikan dalam berkomunikasi, bagaimana caranya agar terdapat kesesuaian antara komunikator dan komunikan. Apabila seseorang menerima pesan (informasi) dari orang lain, ia cenderung menghubungkan pengalamannya maupun kepentingan atau kebutuhannya. Interpretasinya disesuaikan dengan klasifikasi pengalamannya.
3. Pesan harus mampu membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyampaikan beberapa cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sudah menjadi suatu kebiasaan manusia dalam menghadapi sesuatu hal, akan memilih kegiatan lebih dekat kepada kebutuhan dan tujuan kita sebagai manusia. Selanjutnya pesan yang dilancarkan harus mampu mengontrol kegiatan yang dihasilkan, dengan memberikan saran pelaksanaan kegiatan.
4. Pesan harus mampu memberikan pemecahan dan jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, disesuaikan dengan situasi kelompok, dimana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. Dalam hidup berkelompok seseorang memperoleh

pendidikan yang pertama dan kelompok primer yaitu keluarga.<sup>11</sup>

Melalui kelompok dipelajari standar nilai dari kelompok, maka kebiasaan hidup sangat ditentukan oleh pengaruh kelompok. Apabila komunikasi tersebut menginginkan perubahan tingkah laku seseorang, yang berstatus sebagai anggota dari suatu kelompok, maka tempat pertama untuk mencari persetujuan terhadap tingkah laku baru itu tersebut ialah kelompok dimana orang itu berada. Maka ditarik kesimpulan bahwa pesan lebih besar kemungkinannya berhasil, apabila pesan tersebut disesuaikan dengan pola pengertian, serta nilai maupun dan tujuan yang dimiliki pihak penerima (komunikas). Disamping itu keberhasilan suatu komunikasi juga ditentukan oleh kemampuan komunikasi dalam membantu pesannya.

Seringkali efek komunikasi tergantung pada :

1. Situasi dimana pesan diterima dan dimana tanggapan muncul.
2. Keadaan pribadi si penerima.
3. Hubungan taraf kelompok

Sudah penulis kemukakan dimuka tadi, pada dasarnya komunikasi berupaya memperoleh kesamaan pengertian antara komunikas dan komunikator, untuk itu komunikator harus berusaha menyesuaikan diri dengan lingkup referensi dan luas pengalamannya dari komunikas, agar komunikasi dapat berhasil seperti yang diharapkan oleh komunikator. Menurut Lasswell yang dimaksud lingkup referensi yaitu :

- a. Pengetahuan pernyataan yang dianut seseorang, apabila menghadapi keadaan yang sama yang pernah dialaminya.
- b. Pengetahuan atau pernyataan seseorang yang diperoleh dari orang lain, dalam menghadapi keadaan sama, yang pernah dialami oleh orang lain tersebut.
- c. Pengetahuan tentang apa yang akan dilakukan seseorang apabila

---

<sup>11</sup> Onong U. Effendy, *Kelompok dan Modernisasi*, Alumni, Bandung, 1973, hal. 56

menghadapi seseorang yang bertindak sesuai dengan nilai dari orang tersebut dan hal ini sangat ditentukan karena adanya:

1. Bidang perhatian karena adanya bidang-bidang perhatian sama antara seseorang dengan orang lain. Tetapi bidang perhatian ini juga dipengaruhi oleh pengalaman sendiri yang pernah dialami seseorang.
2. Bidang masyarakat (public area) adalah bidang-bidang yang mempengaruhi seseorang, karena adanya ikatan psikologis yang lebih erat antara kelompok dengan individu, apabila seseorang mempunyai ikatan erat dengan kelompoknya maka tindakannya sangat dipengaruhi oleh nilai kelompok.
3. Bidang perasaan (sentiment area) merupakan bidang yang mempengaruhi seseorang, karena adanya ikatan yang tidak dapat dijelaskannya dirasakan kebenarannya. Lasswell menyatakan bahwa sentiment area adalah "is consterted by those whose share common, sentiment rasial, nationalistic, regional, and many other groups share common sentiments and determine the area".
4. Activity and organisation area bidang kegiatan dan organisasi, activity and organisation tindakan dan pengetahuan seseorang sangat tergantung pada keaktifan seseorang, didalam kelompok atau organisasinya, apabila pesan yang dilancarkan oleh komunikator, maka komunikan menerima atau menolak berdasarkan nilai-nilai yang dianut oleh kelompok komunikan. Menurut teknik komunikasi overlapping interest, komunikasi berhasil, jika komunikator dan komunikan mempunyai bidangbidang perhatian yang sama, hal ini dapat dicapai apabila lingkup referensi dan rangka pengalaman sama atau tidak banyak berbeda. Jika komunikator mengetahui lingkup referensi dan rangka pengalaman

dari komunikan terhadap pesan yang dilancarkan.<sup>12</sup>

Komunikan akan menerima sesuatu pesan. apabila ide anjuran yang terdapat pada pesan itu, sesuai dengan kebutuhannya. Komunikan akan menerima anjuran-anjuran atau ide-ide dari komunikator. Beberapa teori diantaranya stimulus respon teori yang menyatakan bahwa komunikan akan menerima pesan apabila dalam anjuran terdapat keuntungan, adapun keuntungan ini dapat berbentuk penghindaran terhadap hal-hal yang tidak disukai ataupun pencapaian sesuatu hal yang diinginkannya.

Berlo dan Willbur Schramm menyatakan bahwa, komunikasi akan menerima atau menolak suatu pesan atau ide, berdasarkan unsur "Expectation of Reward", yaitu komunikan akan menerima pesan apabila ada harapan akan memperoleh suatu keuntungan.

Menurut Campbell dan Hepler, komunikan akan menerima pesan apabila :

1. Menurut penelitian situasi komunikan, komunikasi dirasakan akan menghasilkan keuntungan, yaitu input lebih kecil daripada outputnya atau lebih mendekati pada tujuan komunikan.
2. Apabila hanya salah satu pihak yang bisa memperoleh keuntungan (rewardnya), maka komunikasi tidak berjalan lancar. Untuk itu input harus lebih besar, dan pada kalau harapan dapat diperoleh oleh kedua belah pihak baik oleh komunikator maupun komunikan.
3. Kemudian akan terjadi kerjasama bila kedua belah pihak bisa memperoleh hasil dari komunikasi tersebut.<sup>13</sup>

Dalam kegiatan komunikasi seseorang akan mengharapkan

---

<sup>12</sup> Harold D. Lasswell., *The Analysis of Political Behaviour* Routledge. Kegan Paul. LTD, Cetakan ke III, London, 1951, hal. 230-232.

<sup>13</sup> James H. Campbell dan Hepler, *Dimension in Communication*, Wadsworth Publishing Company inc., Belmont, California. cetakan ke VII, 1969, hal. 2-3.

keuntungan yang sesuai dengan kebutuhan manusia. Menurut Skinner yang dikutip oleh Dr. Astrid S. Susanto, kebutuhan manusia terdapat :

- a. Kebutuhan pribadi (personal need) kebutuhan pribadi manusia dalam memenuhi perjuangan manusia, perjuangan hidup manusia.
- b. Kebutuhan sosial (social need) kebutuhan atas keinginan manusia untuk disukai orang lain dan diakui sebagai anggota masyarakat atau kelompok.

### **3. Komunikasi Persuasi**

#### **A. Pengertian Persuasi**

Persuasi berasal dari bahasa latin "persuadere" berarti menggerakkan seseorang melakukan sesuatu tindakan dengan senang hati, menurut kehendak sendiri, tanpa merasa dipaksa oleh orang lain. Persuasi merupakan salah satu metoda komunikasi sosial, dalam penerapannya menggunakan teknik/cara tertentu, sehingga dengan persuasi ini seseorang akan mempunyai kesetiaan bertindak atas pengaruh orang lain dan kesediaan tersebut timbul berdasarkan kesadaran dari dirinya, hal ini terjadi akibat adanya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan menurut Carl Hovland dalam bukunya "Communication and Persuasi on Psychological Studies of Opinion Change", mengemukakan pendapat sebagai berikut : "Efek utama dari komunikasi persuasi adalah menstimulasikan si individu untuk berfikir sekaligus mengenai dua hal, yaitu pendapat asalnya dan pendapat baru yang direkomendasikan melalui komunikasi yang berkenaan".

Komunikasi persuasi pada dasarnya, adalah suatu kegiatan komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat. Komunikasi telah memiliki suatu pendapat tertentu dihadapkan kepada suatu pendapat baru, yang akan mengganti pendapat lama.

Dalam upaya perubahan pendapat ini komunikasi akan mengadakan intra personal komunikasi, yaitu terjadinya proses

## BAB IV KOMUNIKASI SOSIAL

### 1 Pengertian Komunikasi Sosial.

Komunikasi sosial adalah suatu bentuk komunikasi, yang banyak mempergunakan cara face to face (tatap muka). Komunikasi itu sendiri merupakan suatu kegiatan usaha manusia untuk menyampaikan kepada orang lain, apa yang menjadi pikiran harapan ataupun pengalamannya. Apa yang disampaikan menjadi milik bersama, oleh sebab itu komunikasi sosial mengandung arti yang lebih intensif dari pada milik bersama apa yang di komunikasikan, mempunyai akibat atas hubungan sosial masyarakat yang menerima, apa yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi didalam kehidupan sosial mampu merubah sikap masyarakat, sebaliknya melalui komunikasi individu dapat menyesuaikan dengan kelompoknya. Arti khusus dari komunikasi sosial justru dalam akibat sosial dari kegiatan komunikasi yang diadakan, efek yang lebih luas dari kegiatan komunikasi sosial yaitu adanya PARTISIPASI dari komunikan (kelompok atau individu dalam masyarakat).

Kegiatan komunikasi sosial berbeda dengan komunikasi melalui media massa (TV, radio dan sebagainya), komunikasi sosial syarat utama adalah penggunaan cara "face to face communication" memungkinkan komunikasi terjadi langsung, antara komunikator dan komunikan berhadapan satu dengan yang lainnya, akibat dari situasi komunikasi yang demikian ini maka message (pesan) lebih cepat diketahui oleh komunikator diterima ataupun ditolak, selanjutnya penolakan ataupun penerimaan tersebut sangat ditentukan oleh seberapa jauh komunikator menyesuaikan diri dengan norma-norma yang berlaku dalam kehidupan masyarakat.

Salah satu akibat penting komunikasi sosial adalah terjadinya

interaksi dan sosioalisasi, dari apa yang disampaikan maupun diinginkan komunikator. Makin cepat komunikator sebagai orang di dalam kelompok, atau sebagai anggota kelompok (in group) makin cepat pula proses sosialisasi. Akhirnya integrasi dapat dicapai. Komunikasi sosial akan menghasilkan perubahan sikap dan akhirnya komunikan mengadakan partisipasi. Hal ini disebabkan komunikator menikmati kepercayaan dari komunikannya, karena adanya (we feeling), kesamaan status sosial, pekerjaan, bahasa, suku bangsa dan sebagainya. Persamaan antara komunikator dan komunikan dalam status sosial, bahasa tersebut merupakan keadaan Homophily hal ini memudahkan komunikasi.

Perubahan ini terjadi pada kedua belah pihak baik komunikan maupun pihak komunikator. Maka upaya yang dilakukan oleh juru penerang, PSM, pekerja sosial di desa-desa adalah bentuk komunikasi sosial dengan masyarakat desa dimana ia ditempatkan.

Setiap kegiatan komunikasi melalui media maupun lisan dan langsung dapat mengandung unsur yang mengubah masyarakat, secara ilmiah berdasarkan functional theorie dari ilmu komunikasi setiap kegiatan komunikasi mengandung unsur sengaja (manifest), maupun tidak disengaja (latent) yang dapat mengandung norma-norma yang berlaku dalam masyarakat ataupun mengubahnya.

Dukungan maupun penolakan yang terkandung dalam pesan, yang bersifat sengaja adalah dukungan ataupun perubahan yang diadakan, dan dinyatakan secara terangterangan atau manifest, sebaliknya sifat latent adalah sifat faktor yang tidak diduga, belum diperhitungkan lebih dahulu oleh komunikator, karena tidak terkandung dalam pesan.

Sebaliknya kita memperhitungkan pesan terlebih dahulu supaya pesan tidak berakibat negative dalam kehidupan masyarakat. Sifat latent mudah terjadi dalam komunikasi media. sedangkan dalam komunikasi sosial, volume pesan makin meningkat disebabkan makin lamanya,

komunikasi antara komunikator dan komunikan berlangsung secara bergantian perannya antara masing-masing pihak dalam proses komunikasi sosial itu.

## **2. Komunikasi Sosial di Alam Pembangunan.**

Komunikasi sosial adalah bentuk komunikasi yang berusaha mengadakan perubahan masyarakat (social change). Mengapa perubahan komunikasi dihubungkan dengan pembangunan, yaitu karena pembangunan merupakan salah satu bentuk perubahan masyarakat dan membutuhkan komunikasi.

Membangun adalah memanfaatkan dan mengarahkan perubahan masyarakat, kearah kemajuan suatu bangsa dalam bentuk mated maupun non materi. Perubahan demikian ini dilakukan melalui komunikasi terutama komunikasi sosial. Setiap komunikasi sosial mempunyai batas-batas kemampuan dan pengaruh, serta perbedaan pengaruh, hal ini ditentukan, bukan hanya bentuk komunikasi yang cocok untuk kelompok ataupun masyarakat yang bersangkutan. tetapi yang paling penting jenis hubungan sosialnya. Hubungan sosial sangat menentukan berhasilnya komunikator mengubah sikap komunikan.

## **3. Manfaat dan Syarat Komunikasi Sosial Bagi Pembangunan.**

Komunikasi pembangunan menginginkan adanya perubahan nilai ataupun penggunaan suatu nilai lama untuk tujuan yang baru (pembangunan mental dan materi), perubahan dalam nilai ataupun tujuan, dengan sendirinya akan menginginkan perubahan sikap (attitude change). dari setiap anggota masyarakat. Salah satu syarat yang terpenting dan komunikasi pembangunan adalah bahwa motivasi penduduk (masyarakat) diketahui dan dimanfaatkan, sebab motivasi ini merupakan dorongan bagi seseorang menerima atau menolak anjuran. Berdasarkan motivasinya maka ia akan menentukan sikapnya, yang dimaksud disini dengan sikap atau attitude adalah predisposisi seseorang menilai suatu

lambang atau obyek. menyangkut aspek hidup dalam nilai-nilai yang menguntungkan ataupun merugikan.

Melalui komunikasi sosial, komunikator cepat mengetahui apa yang merupakan motivasi pokok dari komunikan Sesuai dengan motivasinya, manusia akan membentuk sikapnya terhadap ide pembangunan, kemudian akan tahu memberi ataupun menolak pemberian partisipasinya.

Pembentukan sikap komunikan merupakan hasil dad pengalaman juga, maka dengan sendirinya proses penerimaan sikap yang baru, terjadi dengan melalui proses belajar.

Apabila diterapkan petugas pemerintah desa, untuk mengadakan komunikasi sosial, ia harus tinggal beberapa waktu bersama dengan penduduk setempat. Melalui komunikasi sosial ia terlebih dahulu harus mempelajari motivasi serta sikap dan sistem nilai pada penduduk (masyarakat) yang bersangkutan. kemudian mempergunakannya untuk penyebaran ide pembangunannya.

Melalui komunikasi sosial petugas akan mengetahui :

1. Bagaimanakah situasi mental penduduk suatu desa pada saat tertentu.
2. Apakah yang membentuk situasi penduduk.
3. Sumber-sumber mated dan non mated apa yang diketemukan dapat dipergunakan di daerah itu.
4. Perubahan mana dan dalam bentuk apa, perlu diadakan untuk mengadakan suatu situasi yang lebih baik.
5. Situasi sumber manusia.

Langkah-langkah diatas harus dilakukan seorang petugas sebagai komunikator sebelum penyebaran idea, melalui komunikasi sosial seorang petugas harus mengumpulkan data sebanyak mungkin tentang pembangunan yang diharapkan penduduk. Melalui komunikasi sosial petugas akan mengetahui terlebih dahulu seberapa jauh kesadaran orang

akan pembangunan. Misalnya :

1. Bagaimana pengetahuan dan pendidikan masyarakat.
2. Sejauh mana sikap mereka terhadap perubahan.
3. Kepercayaan serta kebiasaan dan ketaatan masyarakat terhadap agama.
4. Bagaimana kemampuan dan keterampilan tradisional maupun kecakapan mental masyarakat penduduk setempat.
5. Kegiatan dan mata pencaharian penduduk setempat.
6. Tingkat integrasi serta community spirit penduduk setempat serta tingkat modernisasi desa.
7. Kemampuan opinion leader.
8. Struktur sosial desa.
9. Peranan agen perubahan (change agent).

Faktor diatas dapat diketahui oleh komunikator, apabila ia tinggal di desa tersebut, perlu kiranya komunikator berusaha agar ia berada dalam group masyarakat di desa yang bersangkutan. Sebaliknya idea pembangunan juga tidak akan berhasil, jika tidak didasarkan pada pengetahuan faktor-faktor diatas. Dalam pembangunan mental maupun materi penduduk, maka cara yang ditempuh dengan pendekatan persuasi teknik kelompok sosial yaitu :

- a. Penggunaan kelompok sosial sebagai media perubahan (medium of change).
- b. Penggunaan kelompok sosial sebagai sasaran perubahan (target of change).

Penggunaan teknik ini berdasarkan pengetahuan sosiologi, bahwa manusia itu memerlukan kelompoknya, seseorang jarang ingin bertentangan dengan kelompoknya, dalam rangka menyebarkan idea dan memperoleh partisipasi secara persuasi dari individu. untuk itu kelompok dimana individu berada harus diubah. Hal ini hanya akan mungkin melalui komunikasi sosial, bila agen perubahan cukup lama tinggal dalam kelompok dan integrasi dengan kelompok. Penggunaan kelompok sebagai media untuk merubah didasarkan

pada prinsip :

1. Memanfaatkan kenyataan bahwa, apabila suatu nilai baru menarik untuk orang banyak dalam kelompok, maka individu akan lebih tertarik kepadanya pula.
2. Memanfaatkan daya tarik suatu kelompok terhadap individu. hal mana berarti bahwa individu ingin menjadi anggota suatu kelompok atau tetap tinggal di dalamnya (pendapat seorang sarjana bernama Festinger).

Upaya penggunaan kelompok sebagai medium target perubahan. untuk itu komunikasi sosial mengambil peranan yang menentukan. karena melalui komunikasi sosial, komunikator akan memperoleh penilaian sebagai:

1. Ahli atau seorang yang dipercaya kelompok.
2. Daya tarik komunikator, menyebabkan komunikan menerima usulnya, karena mereka ingin menyerupai komunikator.
3. Melihat adanya involment (keterlibatan) komunikator, dalam masalah yang dianjurkan, sebagai cara komunikator agar lebih menjelaskan suatu masalah.

Tingkat keterlibatan (involment) dari komunikator dalam kelompok komunikan, mampu meningkatkan kepercayaan komunikan terhadap komunikator sebagai efek dari unsur integrasi.

Penggunaan komunikasi sosial dan teknik kelompok ini sebagai media perubahan, atau sasaran perubahan, untuk itu dibutuhkan persyaratan komunikator harus mampu mengidentifikasi proses penyesuaian yang dijalankannya terhadap kelompok, disamping itu perlu diperhatikan pula situasi desa yang satu dengan yang lainnya berbeda, oleh sebab itu strategi dalam proses pembangunan tidaklah mudah, sebab menuntut pengetahuan luas dan keyakinan yang mendalam dan komunikatornya. Tanpa unsur-unsur ini komunikan akan menolak komunikator sebagai agen perubahan.

Di dalam masa pembangunan ini komunikasi sosial sangat

penting dalam penyebaran idea disamping komunikasi melalui media.

Pada dasarnya komunikasi sosial, adalah komunikasi yang bersifat langsung, berusaha mencapai bentuk komunikasi tatap muka dan situasi secara "tatap muka", keadaan keterikatan kelompok dengan komunikator cara psikologis oleh sebab itu komunikator harus mampu berfungsi sebagai orang dalam kelompok (in group).

Komunikator memegang peranan penting di dalam komunikasi sosial, sebab komunikator paling mengetahui keadaan situasi keadaan Komunikasi sosial suatu bentuk komunikasi yang diarahkan untuk mencapai suatu. Oleh sebab itu sifat kegiatan komunikasi sosial pada komunikasi massa.

Adapun titik pangkal komunikasi sosial, adalah komunikator dan komunikan harus sependapat tentang bahan serta materi yang akan dibahas dalam kegiatan komunikasi yang akan berlangsung.

Ditinjau dari segi ini komunikasi sosial akan berhasil bila kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi menganggap ada manfaatnya untuk mengadakan kegiatan tersebut. Melalui komunikasi sosial terjadilah aktualisasi masalah yang dibahas. Selain itu kesadaran dan pengetahuan tentang materi yang dibahas makin meluas dan bertambah. Komunikasi sosial adalah sekaligus suatu proses sosialisasi. Melalui komunikasi sosial kelangsungan hidup sosial dari suatu kelompok sosial akan terjamin. Disamping itu akan dapat dicapai stabilitas sosial, tertib sosial, penerusan nilai-nilai lama dan baru. Oleh sebab itu perlu kiranya penggunaan komunikasi sosial ini untuk memberikan bimbingan masyarakat terhadap suatu kelompok penyandang masalah sosial. Melalui komunikasi sosial kesadaran bermasyarakat dipupuk, dibina, diperluas, dengan komunikasi sosial masalah sosial dipecahkan melalui konsensus.

Upaya yang ditempuh untuk mengatasi akibat sampingan dan pembangunan yang mengacu pada wawasan nusantara, yaitu dengan meningkatkan dan mengadakan identifikasi sosial melalui proses

belajar/sosialisasi. Masalah identifikasi tadi berhubungan erat dengan proses bagaimana individu/diri melibatkan diri dalam suatu proses sosial. Sehubungan dengan ini, suatu sistem sosial adalah kegiatan nyata tentang kehidupan sosial manusia.

Sistem sosial diartikan sebagai hasil dari interaksi bersifat interdependent dan komplementer dalam usaha penyesuaian diri tersebut terbentuk dengan sendirinya struktur sosial berarti bahwa masing-masing mempunyai relevansi tertentu dalam hubungan satu sama lain. Maka komunikasi sosial merupakan mekanisme untuk menempatkan diri pada struktur yang nyata. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan di rumah, pendidikan formal, pendidikan non formal maupun pendidikan non formal melalui mass media. Ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi berimpit dengan proses sosialisasi itu sendiri.

Pada kehidupan masyarakat negara berkembang perubahan masyarakat disesuaikan dengan tujuan negara. Struktur yang jelas sukar ditentukan. Perubahan masyarakat meminta komunikasi sosial dengan frekuensi tinggi sehingga komunikasi sosial tertampunglah keresahan-keresahan. Informasi yang diperoleh karena komunikasi dapatlah diadakan penyesuaian secukupnya. Oleh sebab itu perlu kiranya pendekatan yang persuasif dan edukatif dan sikap empati dari penyuluh sosial/pekerja sosial. Pada proses perubahan sosial maka justru untuk mencari identitas diri orang yang terlalu banyak berbeda dengan norma masyarakat, pada umumnya disebut "tidak normal" tetapi orang yang banyak menyesuaikan diri dianggap "normal". Mekanisme yang dipakai individu dalam situasi perubahan adalah pembelaan diri.

## BAB V

### KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DI INDONESIA

#### 1. Kegiatan Komunikasi Pembangunan di Indonesia

Komunikasi untuk membangun termasuk bentuk komunikasi yang tersukar, apabila pembangunan harus dilaksanakan melalui proses demokrasi bagi negara berkembang, yang tidak ataupun kurang memiliki pengalaman baik melalui media massa ataupun bentuk komunikasi sosial. Menurut Everet Rogers seorang ahli komunikasi menyatakan. kekuatan media massa di negara berkembang berfungsi mengadakan situasi yang menguntungkan modernisasi, media menumbuhkan kesadaran komunikasi akan hal-hal yang kurang disadari sebelumnya. Penggunaan media massa ini harus lebih berhati-hati dalam modernisasi. Terdapat suatu tahap tuntutan sebagai akibat penyadaran oleh media massa, timbul tuntutan sosial dari masyarakat, selanjutnya timbul frustrasi, akibat lebih lanjut menjurus makin luasnya permasalahan sosial dan politis. Walaupun tidak dapat diingkari bahwa media massa, mempunyai kekuatan untuk mengadakan modernisasi. Menguntungkan sekali di Indonesia masyarakat yang masih tradisional, ternyata pengaruh kelompok dalam masyarakat menjadi penyaring (dalam arti positif), terhadap pengaruh media massa yang negatif. Oleh sebab itu dianjurkan, di negara berkembang yang masih membangun, media yang paling efektif adalah media tradisional, bentuk penyajiannya masih lebih dekat dengan nilai penduduk setempat. Komunikasi pembangunan pada dasarnya berupaya mengoperkan lambang, lebih mengarahkan terwujudnya berpartisipasi, komunikasi sebagai alat pengintegrasian. Pesan yang dilancarkan oleh komunikator kepada komunikan, bertujuan untuk mempengaruhi pendapat komunikan kearah pemikiran yang dianjurkan oleh komunikator, keadaan ini menunjukkan bahwa komunikasi dapat berlangsung, hanya perumusan dari pesan

sedemikian rupa, sehingga dapat dipahami oleh komunikan. Salah satu syarat yang terpenting terjadinya partisipasi, jika komunikan mempunyai motivasi yang kuat, yang dimaksud dengan motivasi adalah kondisi serta kebutuhan komunikan, setelah ini pesan dipahami oleh komunikan, maka isi saran tersebut memenuhi keinginan atau kebutuhan pribadi komunikan.

Kegiatan komunikan terutama diarahkan sesuai dengan pengoperan lambang sebagai perwujudan dan penuangan pemikiran, segala perasaan. Lambang bukan sekedar lambang tetapi pengoperan dari segala pemikiran dan perasaan, dengan harapan dapat diterima komunikan. Didalam masyarakat tradisional pelebagaan (norma kelompok) sebagai lambang perlindungan, bagi orang yang mencari segala pemecahan masalah sebagai akibat modernisasi, seakan-akan lembaga tradisional ini bijaksana, menurut ilmu jiwa sosial lambang merupakan pengikat, alat pemersatu dan pengintegrasian. Lambang ini tidak hanya tertuang didalam bahasa suatu masyarakat tetapi juga kebudayaan, maupun pengalaman dan perasaan yang sama.

Komunikasi pembangunan di negara berkembang umumnya dan khususnya di Indonesia, perlu memperhatikan :

- a. Empathy
- b. Frame of reference (lingkup referensi)
- c. Field Experience (rangka luas pengalaman)

Di dalam masyarakat tradisional, siapa yang inform (banyak informasinya) adalah yang menjadi pimpinan dan berpengaruh didalam masyarakatnya. Komunkator juga seorang pimpinan apabila ia dapat merumuskan perasaan, pemikiran, kecemasan dan harapan masyarakat.

Kondisi masyarakat Indonesia dewasa ini, terjadi masa transisi, yang mana lembaga tradisional mulai kekurangan wibawanya, bukan karena modernisasi mental saja, tetapi terutama karena ternyata, bahwa lembaga tradisional tidak mampu lagi memecahkan persoalan yang

dihadapi masyarakat yang sedang bergolak dalam masa transisi, selanjutnya mulailah ikatan melalui pelembagaan pular. Masyarakat kehilangan pegangan maka muncul OPINION LEADER. Di Negara berkembang banyak dipergunakan sistem modern, untuk komunikasi massa Communication (komunikasi massa) yang dikombinasikan dengan tradisional massa communication (komunikasi massa tradisional) dengan bentuk interpersonal dalam hal ini KOMUNIKASI SOSIAL melalui kelompok maupun perorangan.

Biasanya informasi disebarluaskan melalui media massa kemudian oleh opinion leader disaring dan disampaikan kembali kepada komunikan, disesuaikan dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat supaya komunikasi dapat efektif. Fungsi opinion leader berperan sebagai gate keeper.

Komunikasi yang paling efektif dalam masa pembangunan, hal ini ditentukan oleh beberapa prinsip yaitu :

1. Komunikator harus pandai merumuskan pesan
2. Message (pesan) hendaknya disesuaikan dengan lingkup referensi dan luas pengaiaman dari komunikan.
3. Komunikasi dalam pembangunan nasional, haruslah didahului oleh pengadaan suasana mental yang seimbang, karena pembangunan pada hakekatnya merubah masyarakat, seringkali mengakibatkan timbulnya perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat, walaupun pembangunan yang dimaksudkan adalah sebagai perbaikan kehidupan masyarakat. Tetapi apabila pesan pembangunan ini tidak dipahami dan dimengerti oleh masyarakat, dirasakan bukan menjadi kebutuhan pribadinya berakibat lebih lanjut, motivasi untuk berpartisipasi tidak ada, akhirnya komunikasi untuk pembangunan tidak berhasil.
4. Untuk merubah sikap hendaknya dimanfaatkan Opinion Leader (pemimpin pendapat) sebagai penyaring informasi.

## 2. Partisipasi

Konsep partisipasi banyak dikembangkan oleh beberapa sarjana antara lain Keith Davis dalam bukunya yang berjudul "Human Relation at Work" yang dikutip oleh Drs. RA. Santoso mengemukakan definisi sebagai berikut : "Partisipasi dapat didefinisikan sebagai keterlibatan mental/pikiran dan emosi/peranan seseorang, didalam situasi kelompok yang mendorongnya untuk memberikan sumbangan kepada kelompok dalam usaha mencapai tujuan, turut serta bertanggung jawab terhadap usaha kelompok".

Ada tiga unsur penting yang sangat menentukan, dari partisipasi yaitu :

1. Partisipasi/keikutsertaan/keterlibatan/peran serta sesungguhnya merupakan suatu keterlibatan mental dan perasaan, lebih dari pada semata-mata atau hanya keterlibatan secara jasmaniah.
2. Unsur kedua adalah kesediaan memberi sumbangan kepada usaha mencapai tujuan kelompok. Ini berarti bahwa terdapat rasa senang, kesukarelaan membantu kelompok. Seseorang menjadi anggota kelompok dengan segala nilainya.
3. Unsur ketiga adalah unsur tanggungjawab. Unsur tersebut merupakan segi yang menonjol dari rasa menjadi anggota maupun diakui sebagai anggota artinya ada rasa "Sense of Belong ingness".<sup>17</sup>

Persyaratan untuk dapat melaksanakan partisipasi secara efektif adalah sebagai berikut :

- a. Agar dapat berpartisipasi diperlukan waktu, adapun waktu disini adalah termasuk pemahaman pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam pesan terkandung informasi mengenai apa dan bagaimana, serta mengapa diperlukan peran serta. Pesan itu

---

<sup>17</sup> Santoso Sastropoetro, Op.Cit. hal. 13. 58

disampaikan melalui komunikasi, sebagai upaya dan kegiatan menumbuhkan pengertian yang sama. Antara pemrakarsa/pimpinan yang disebut sebagai "komunikator" dan penerima pesan "komunikan" pesan itu disampaikan dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti, lambang tersebut harus dimengerti dan dipahami oleh kedua belah pihak. Penyebaran pesan dilakukan melalui sarana atau media tertentu; seperti radio, televisi, surat kabar, surat dan sebagainya. sehingga komunikan dapat menerima dan Tenafsirkannya, serta memahami apa yang dimaksud oleh komunikator.

- b. Apabila dalam kegiatan partisipasi tersebut, diperlukan dana perangsang, seharusnya dibatasi seperlunya, agar tidak menimbulkan kesan "memanjakan" masyarakat berakibat akan menimbulkan efek negatif.
- c. Subyek partisipasi hendaknya relevan atau berkaitan dengan organisasi/kelompok, dimana individu yang bersangkutan itu tergabung atau sesuatu yang menjadi perhatiannya/interesnya.
- d. Partisipasi harus memiliki kemampuan untuk berpartisipasi dalam arti kata, yang bersangkutan memiliki luas lingkup pemikiran dan pengalaman yang sama dengan komunikator, apabila belum ada, maka unsur-unsur itu ditumbuhkan oleh komunikator.
- e. Partisipasi harus memiliki kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, misalnya penggunaan bahasa yang sama atau dipahami oleh kedua belah pihak, baik oleh komunikator maupun komunikan.
- f. Para pihak yang bersangkutan bebas melaksanakan peran serta tersebut, sesuai persyaratan yang telah ditentukan.
- g. Apabila partisipasi diadakan dalam rangka menentukan suatu kegiatan, hendaknya didasarkan kepada kebebasan dalam kelompok, artinya tidak dilakukan pemaksaan yang dapat menimbulkan ketegangan atau gangguan. dalam pikiran atau jiwa pihak-pihak

yang bersangkutan. Hal ini didasarkan kepada prinsip bahwa partisipasi adalah bersifat persuasif.

Berkaitan dengan apa yang penulis kemukakan diatas, maka pemrakarsa atau orang yang membutuhkan partisipasi perlu memahami bahwa manusia mempunyai perbedaan. Adapun perbedaan tersebut meliputi segi fisik, jiwa kepentingan, motivasi maupun harga diri. Komunikator harus memahami dan mempunyai pengertian latar belakang keadaan komunikan yang diharapkan untuk ikut berpartisipasi, sebab dengan mengetahui latar belakang pengetahuan ataupun pengalaman komunikan, maka komunikator dapat menumbuhkan partisipasi.

Jenis-jenis dari partisipan meliputi beberapajenis antara lain :

- a. Partisipasi pikiran (psychological participation).
- b. Partisipasi tenaga (physical participation).
- c. Partisipasi pikiran dan tenaga (psychological dan physical participation).
- d. Partisipasi keahlian (participation with skill).
- e. Partisipasi barang (material participation).

Untuk mengambil keputusan agar komunikan berpartisipasi seperti anjuran/prakarsa komunikator, terdapat beberapa tahap. Adapun proses komunikasi tersebut terjadi apabila pesan sampai pada komunikan, dimengerti oleh komunikan. selanjutnya dipahami, kondisi ini memungkinkan komunikan lebih mudah dipengaruhi. Teknik persuasi tersebut akan menarik komunikan, sebab isi pesan sesuai dengan kebutuhan komunikan, akhirnya menumbuhkan kesadaran. Timbulnya partisipasi menurut Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker didalam buku *communication of innovations* menyatakan bahwa, untuk mencapai penyesuaian (adaption) ada lima tahap yaitu : awareness interest evaluation,

trial. And adoption.<sup>18</sup>

Dengan pengenalan suatu pesan, komunikan akan menaruh perhatian dan tertarik jika pesan yang dilancarkan, sesuai dengan kebutuhan komunikan, dengan demikian mulailah komunikan mengadakan evaluation (penilaian). Menurut Willbur Schramm, bahwa manusia itu apabila menghadapi suatu pesan, dalam mengambil keputusan selalu menilai, apakah menerima atau menolak suatu pesan, untuk itu terlebih dahulu mengadakan komunikasi dengan dirinya sendiri (proses berpikir), penerimaan atau penolakan atas saran yang diusulkan tergantung dari komunikasi dalam dirinya. Komunikasi dalam dirinya merupakan proses berpikir seseorang, untuk mempertimbangkan untung dan ruginya saran yang diajukan oleh komunikator, proses komunikasi itu disebut intrapersonal communication. Menurut Willbur Schramm proses intrapersonal adalah semacam proses jual beli di pasaran, dimana pesan ditawarkan tetapi komunikan sebagai pembeli akan memilih mengadakan seleksi terhadap pesan yang diterima. Komunikan akan memilih yang dianggap berguna ataupun mempunyai nilai praktis bagi dirinya.

Menurut Hennesy untuk memilih sesuatu masalah dihadapi seseorang selalu berdasarkan beberapa ukuran yaitu :

- a. Cognitive (rasional)
- b. Affective (emosional)
  - ad.a. Penilaian berdasarkan standar yang cognitive yaitu ukuran obyektif, bisa diketemukan dalam diri individu, apabila menghadapi suatu masalah, yang meminta seseorang untuk mengambil sikap.
  - ad.b. Sedangkan penilaian yang affektive yaitu ukuran yang dipakai oleh individu pada saat yang sama, ini menggunakan ukuran

---

<sup>18</sup> Everest M. Rogers dan F.Floyd Shoemaker, *Communication of innovations*, hal. 101

cognitivenya yaitu ukuran pribadinya (subyektif), jadi kalau seseorang dihadapkan pada suatu masalah, apabila diminta untuk mengadakan perubahan selain mengadakan penilaian :

- Apakah nilai obyektif dalam pesan yang disarankan komunikator secara obyektif menguntungkan.
- Apabila nilai-nilai subyektif yang dapat dialaminya apabila menerima saran tersebut.

Biasanya orang yang berpendidikan tinggi, makin banyak mempergunakan segi cognitive, makin rendah pendidikannya makin banyak pula pola berpikir penilaian secara affektive. Makin besar pengaruh suatu saran atas kehidupan seseorang, makin besar pula kemungkinan segi affektive diperhatikan dari segi coggnitivenya, selanjutnya intensitas penerimaan atau penolakan suatu pesan, sangat ditentukan oleh pengalaman seseorang, jika seseorang pernah mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan atau negatif baginya, akhirnya orang tersebut akan mempunyai intensitas menolak lebih besar dari pada katau tidak mempunyai pengalaman yang negatif. Setelah komunikasi mengadakan penilaian, maka mereka akan menerima pesan menurut teori "Dissonance Reduction" menyatakan bahwa manusia tidak menyukai adanya perbedaan, apalagi konflik terutama yang berhubungan dengan norma dalam dirinya. Akhirnya manusia akan cenderung menerima pendapat yang mampu mengurangi ketegangan ataupun pertentangan norma dalam dirinya. Akhirnya manusia menerima saran sebagai rasionalisasi dan tindakan yang terpaksa diambilnya, walaupun sebetulnya mungkin tidak akan dijalankan.

Edwin Emory menyatakan bahwa :

"A person takes an action which is in consistent with what he knows or has perviously believed, or else acts after considering two or more

attractive alternatives. He is uncomfortable until he achieves some dissonance-reduction by resking out message which help adjust his beliefs to his action".<sup>19</sup>

Apabila seseorang telah mengadakan penilaian, selanjutnya mulai mencoba dalam tahap evaluasi dan mencoba (trial) ini peranan individu komunikan sangat menentukan, seseorang mencoba dan kemudian menerima (adaption) akhirnya berpartisipasi menurut Hebert Kelman dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi :

- a. Kerelaan (compliance), yaitu penerimaan serta penggunaan ide berdasarkan harapan, tercapainya situasi yang favourable, apabila dijalankan menurut saran komunikator.
- b. Identifikasi (identification), seseorang akan menerima dan menggunakan saran sebagai dampak adanya hubungan saran dengan pengalaman yang pernah dialami orang lain, ataupun efek terhadap orang yang dikenalnya.
- c. Internalisasi (internalization), penerimaan sepenuhnya dari suatu saran akibat dari perubahan system kehidupan masyarakat, yang dimaksud sistem disini yaitu kebudayaan yang menganjurkan kepada setiap individu apa yang diaharapkan oleh masyarakat. Pada dasarnya manusia selalu diikat menjadi satu kesatuan oleh kebudayaan. Melalui kebudayaan inilah dibentuk frame of reference (rangka berpikir) dari seseorang. Akhirnya perubahan kebudayaan juga akan mempengaruhi individu yang membentuk kebudayaan untuk berubah, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi tidak lepas dari kebudayaan. Berdasarkan pemikiran diatas penulis menarik kesimpulan, bahwa komunikasi memiliki arti penting dalam usaha menanamkan ide-ide memberikan penerangan

---

<sup>19</sup> Edwin Emory, Philip, H. Ault, Warren K. Agee, Introduction Tomass Communication, Doad, Mead dan Company Inc, New York. 1971, hal. 9.

kepada masyarakat, terutama ide-ide baru belum banyak dimengerti oleh khalayak termasuk disini ide-ide keluarga sejahtera dan kesejahteraan sosial kepada masyarakat luas.

### **3. Penggunaan Komunikasi Tatap Muka (face to face communication)**

#### **Dalam Komunikasi Pembangunan.**

Didalam komunikasi sosial, kegiatan komunikasi dilakukan secara "face to face" (tatap muka), yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung berhadapan muka tanpa perantara media antara seorang dengan orang lain ataupun sekelompok orang lain pada tempat tertentu.

Komunikan dan komunikator berhubungan secara pribadi, kondisi ini akan berpengaruh secara potensial. Komunikasi secara tatap muka, lebih sering terjadi dengan spontan tanpa harus direncanakan terlebih dahulu, dibandingkan komunikasi dengan media formil, maka komunikasi secara langsung ini lebih flexible dalam menghadapi berbagai rintangan, dapat menimbulkan hal-hal yang lebih banyak untuk dapat memenuhi suatu maksud, menimbulkan kepercayaan terhadap komunikator dalam suasana akrab, usaha komunikator membujuk tanpa memberikan keyakinan.

Komunikator secara face to face ini memiliki kelebihan karena komunikasi dilakukan secara langsung, sehingga umpan balik bisa diperoleh dengan cepat, yang dimaksud feed back disini yaitu reaksi dari komunikan, reaksi ini dapat bersifat negatif maupun positif, dengan demikian komunikator secara cepat akan mengetahui reaksi komunikan. Selanjutnya ia akan berusaha menyesuaikan diri dengan situasi komunikan, hal tersebut harapan sebagai bahan penyesuaian yang lebih positif. Apabila komunikator dengan komunikan terdapat rintangan, rintangan tadi akan langsung diketahui oleh pihak lain. Bentuk komunikasi tatap muka ini memungkinkan terjadinya interdependensi antara komunikator dan komunikan, proses saling mempengaruhi merupakan umpan balik yang timbal balik, tidak hanya komunikan saja tetapi juga komunikator.

Komunikator yang memberikan umpan balik kepada komunikator, tetapi juga penyesuaian komunikator terhadap umpan balik yang pertama sehingga terjadilah penyampaian lambang-lambang oleh komunikator dengan memberikan umpan balik yang pertama tadi. Menurut David Berlo dalam "The Process of Communication" mengatakan bahwa umpan balik senantiasa jangan dilihat dari segi komunikator saja, apabila dilihat umpan balik dari segi komunikator maka komunikasi hanya berdasarkan kepentingan pihak komunikator saja, akibatnya komunikasi justru bertendensi berjalan searah, akhirnya tidak terjadi proses two way communication. Kenyataan bahwa antara komunikator dan komunikan terdapat hubungan interdependensi.

David Berlo memberikan perincian interdependensi sebagai berikut :

a. Ketergantungan secara fisik

Interdependensi yang terjadi karena pada kenyataannya antara komunikator dan komunikan akan dapat melanjutkan dan mengadakan komunikasi, apabila ada pihak yang lain, atau selama pihak lain masih ada.

David Berlo menyatakan:

"When two people are communication, they rely on the physical existence of the other, for the production or reception of message, occasionally, this is the only kind of mutual interdependence involved to any appreciable extent". Komunikasi akan berlangsung terus apabila pihak-pihak lain masih ada ditempat. Apabila salah satu pihak tidak mau berkomunikasi, dengan sendirinya komunikasi tidak dapat berlangsung.

b. Ketergantungan Aksi dan Reaksi.

Interdependensi terjadi karena komunikasi memberikan umpan baliknya kepada komunikator, berdasarkan reaksi komunikan, komunikator akan memberikan pesan yang kedua, sebagai aksi atau

reaksi terhadap aksi dari komunikan, apabila komunikator merasa bahwa pesan yang pertama berhasil, maka pesan yang kedua berfungsi sebagai penguat (reinforcement), atas pesan yang pertama yang telah dilancarkan.

Oleh sebab itu umpan balik bukan hanya reaksi biasa tetapi sebagai akibat dari respon yang dilancarkan oleh sumber (komunikator), proses ini berjalan seterusnya. Apabila pesan yang pertama tidak berhasil, maka komunikator mengubah taktiknya dengan menyesuaikan diri dengan komunikan. Yang penting dalam hal ini umpan balik memberikan informasi kepada komunikator mengenai berhasil tidaknya kegiatan komunikasi mencapai tujuannya. Dengan demikian umpan balik merupakan mekanisme untuk lebih lanjut mengontrol proses komunikasi.

Agar lebih jelasnya interdependensi secara aksi dan reaksi tersebut, terjadi apabila komunikator melancarkan suatu pesan selanjutnya diterima oleh komunikan, kemudian komunikan menyampaikan umpan balik yang diterima dan dinilai oleh komunikator, apakah ia berhasil atau tidak. jika berhasil maka komunikator akan melancarkan pesan yang kedua, sebagai penguat terhadap pesan yang pertama, sebaliknya jika tidak berhasil komunikator akan berupaya mengubah taktiknya dengan menyesuaikan diri dengan komunikan.

c. Tingkat Empati

Proses komunikasi merupakan proses saling pengaruh mempengaruhi baik oleh pihak komunikator maupun komunikan, sebab komunikasi adalah kegiatan sosial, yang berusaha untuk mengadakan pengaruh atas pihak yang lain. Penerimaan dan penolakan suatu pesan yang dianjurkan atau disarankan oleh pihak yang lain. akan dinilai secara sadar maupun tidak sadar dari segi kegunaan untuk masa depan pihak

yang bersangkutan. Kondisi ini disebabkan karena adanya interelasi antara pengalaman harapan dan pendapat atau penilaian komunikan, terhadap pesan yang dilancarkan komunikator. Adapun yang dimaksud empati disini yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya pada peranan komunikan, apabila komunikator mempunyai kemampuan untuk melakukan empati dengan keadaan orang lain, mampu mengetahui bagaimana perasaan komunikan dalam suatu situasi, komunikator yang mampu mengadakan empati dengan kondisi komunikan dapat menyampaikan pesan (message) yang tepat kepada komunikan.

Menurut David Berlo menyatakan :

"In making these predictions we have physical behavior as our basic data, Each of us perceives how others behave. We can observe these behaviors. They are overt, public, Expectations influence these behaviors. They are overt public. Expectations involve more than this. They involve the private behaviors of man, his covert responses, his internal states, his beliefs, his meaning. When we develop expectations, when we take. We are assuming that we have skill in what the psychologists call empathy the ability to project ourselves into other people's personalities"<sup>20</sup>

Komunikasi tatap'muka ini mempunyai kekuatan mengetahui latar belakang lingkup referensi dan luas pengalaman komunikan. Sehingga dapat diperhitungkan reaksi dan komunikan tetapi sebetulnya mengetahui saja belum cukup, yang penting apa yang harus diperbuat komunikator, seandainya komunikator ada di dalam keadaan komunikan. Empati merupakan pembentukan pribadi khayal oleh komunikator proses empati secara bertahap :

---

<sup>20</sup> David Berlo, Dalam Kumpulan. Cambell dan Hepler. Dimension In Communication, Loc.Cit, Hal. 46.

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

- Astrid S. DR. Phil., Komunikasi Dalam Teori dan Praktek, Jilid I, II, Binacipta, Jakarta, 1988.
- Astrid S. DR. Phil., Pendapat Umum, Binacipta, Jakarta, 1985.
- Campbell H. James and Hopler, Dimension in Communication, Wads Worth Publishing co., Inc. Belmont, California, Cetakan VII, 1969.
- Dexterand Lewis A. David White, People, Society and Mass Communication, Collier Mc. Millan, LTD, London, 1964.*
- Depari Eduard. Drs. DR. Colin Mac Andrews, Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1982.
- Effendy U. Onong, Drs. MA. Komunikasi dan Modernisasi, Alumni, Bandung.
- Emory Edwin, Philip, H. Ault, Warren, K. Agee, Introduction to Mass Communication, Dead Mead and Company Inc, New York, 1971.
- Hennessy C. Bernard, Public Opinion, Belmont, California, 1965.
- Keltner, John. W., Interpersonal Speech Communication, Ward Worth Publishing Company Inc, Belmont, California, 1970.
- Klenjans Everett, Cross Road in Communication, Paper 2, Amic Singapore, 1972.
- Leys Colin, Political Perspective, Development in Devided World, ad Dudly Penguin Books, Middlesex.
- , Laswell D. Harold, The Analisis of Political Behavior, Oxford University press New York, 1949.
- Nurdin Fadhil M. Drs., Penqantar Studi Kesejahteraan Sosial, Angkasa, Bandung, 1990.

- Pratikno Riyono Drs., Komunikasi Pembangunan, Alumni, Bandung, 1979.
- Polak Major, J.B.A.F. Drs., Sosiologi Suatu Pengantar, Balai Buku Ictiar, Jakarta, 1971.
- Roos Raymond S., Persuasion Communication and Interpersonal Relation, Pentice Inc Englewood Cliffs, New Jersey, 1974.
- Rogers Everett M, and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovation, The Free Press, a Division of Mac Millan Publishing Co, Inc., New York, 1971.
- Sosrodiharjdo, Soedjito, Prof. SH. MA. PSM Sebaqai Motivator Dinamisator Pembangunan Kesejahteraan Sosial, Media Partisipasi Sosial, No. 1, Tahun 1984.
- Schramm Willbur and Donald F. Roberts, The Process and Effects of Mass Communication, Collier MC Millan LTD. London, 1964.
- Sastropetro, Santoso R.A. Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional, Alumni, Bandung, 1986.
- Sola Pool Ithiel de, Komunikasi dan Pembangunan Modernisasi Dinamika Pertumbuhan, Vice of America Forum Leotures, 1980.
- Shills Edward, Traditcn, University of Chicago, Faber and Faber LTD, 1980.
- Wright. Charles, R. Mass Communication a Socioloqical Perpective, Random House Inc, New York, 1975.
- Wibhawa Budhi, Bahan Latihan Pembina Penyuluhan dan Bimbingan masyarakat, Angkatan II, BPLTS, Bandung, 1986.