

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari akar kata bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah “seni umum” yang berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti “keahlian militer”. *Strategos* memiliki makna keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya dengan memanfaatkan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas serta penggunaan fasilitas komunikasi yang berguna untuk penyebaran informasi yang menguntungkan.¹⁰

Strategi merupakan suatu rancangan atau desain kegiatan yang didalamnya terdapat suatu penentuan kombinasi cara dan penempatan sumber daya yang dapat menunjang keberhasilan suatu tujuan yang telah ditentukan. Dengan kata lain bisa disebut sebagai suatu landasan terhadap pola pijakan dalam pedoman dalam pengambilan suatu tindakan terhadap tujuan yang telah ditentukan. Dalam pengambambilan suatu landasan atau pedoman tentunya telah

¹⁰ Alo Liliweri, “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” (Jakarta: Kencana Prenada Media Grub, 2011), hlm 240.

melewati proses pertimbangan yang memperhatikan kemampuan sumber daya yang ada.¹¹

Strategi pada hakikatnya adalah suatu bentuk perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mencapai suatu tujuan tentunya strategi tidak hanya berperan sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

b. Tahap-Tahapan Strategi

Menurut Fred R. David, dalam proses pengambilan strategi komunikasi, terdapat beberapa tahap yang harus dilalui agar strategi yang diambil dapat berjalan efektif dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Mulai dari tahap awal yaitu perumusan, tahap inti pelaksanaan sampai pada tahap akhir yaitu adanya proses evaluasi yang berguna untuk mengukur sejauh mana keberhasilan strategi komunikasi yang telah dibuat.¹² Fred R. David merumuskan tiga inti yang harus termuat dalam tahapan strategi, yaitu sebagai berikut:

1. Rumusan strategi

Perumusan strategi merupakan tahap awal dalam penentuan strategi komunikasi. Dalam sebuah rumusan strategi didalamnya harus memuat suatu pengambangan tujuan,

¹¹ Kustadi Suhandang, "*Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*" (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm 82.

¹² Fred R. David, "*Manajemen Strategi Konsep*", (Jakarta: Salemba Empat, 2021), hlm 6

mengidentifikasi peluang, dan ancaman yang akan terjadi khususnya dari segi eksternal, menentukan faktor-faktor apa saja yang diperkirakan akan mendatangkan kekuatan dan ancaman, memastikan terhadap objektivitas, menyiapkan opsi strategi dan merancang strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi diperlukan suatu tindakan memutuskan, melakukan serta menghindari atas keputusan yang telah ditetapkan dalam suatu proses kegiatan.

2. Implementasi strategi

Setelah perumusan strategi dilakukan, maka langkah selanjutnya yaitu proses implementasi strategi. Implementasi strategi disebut juga proses menjalankan strategi yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam proses implementasi strategi diperlukan sikap kepemimpinan yang kuat untuk membawa seluruh pihak mampu mengimplementasikannya. Dalam hal ini suatu penerimaan, komitmen, dan kerja sama yang baik sangat penting dimiliki oleh seluruh pihak yang terkait dalam pelaksanaan strategi. Tantangan dari proses implementasi strategi ialah harus bisa menstimulasi pihak-pihak yang terkait baik tenaga organisasi atau lembaga untuk dapat bekerja dengan rasa bangga dan antusias yang tinggi dalam mencapai tujuan yang telah disepakati.

3. Evaluasi strategi

Evaluasi strategi merupakan tahap final dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Tahap evaluasi dijadikan alat control untuk melihat tingkat keberhasilan terhadap pelaksanaan strategi komunikasi. Dalam proses evaluasi akan menghasilkan hal-hal yang berkaitan dengan kekurangan, hambatan, dan kesalahan-kesalahan yang nantinya akan dapat diperbaiki untuk pemilihan strategi komunikasi. Sehingga tujuan yang telah direncanakan akan tercapai lebih optimal.¹³ Evaluasi merupakan tahap yang penting dalam memastikan sasaran yang hendak dituju selanjutnya, dan untuk memastikan apakah sasaran sebelumnya sudah terlaksanan secara optimal.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu “*communication*” yang berasal dari bahasa latin “*communicatio*, *communicare*, atau *communic* yang berarti bersama dan diikat.

Secara etimologi komunikasi merupakan suatu proses yang terjalin lebih dari satu orang yang didalamnya terdapat maksud untuk menyampaikan sebuah pemikiran atau perasaan yang diharapkan dapat dipahami oleh lawan komunikasi. Dalam sebuah komunikasi yang efektif terdapat kesamaan maksud dan tujuan antara komunikator dengan komunikan. Tidak jarang dalam

¹³ Afri Erisman dan Andi Azhar, “*Manajemen Strategi*” (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015)

berkomunikasi seseorang akan menggunakan lambang atau simbol" yang mempunyai kesamaan makna.

Komunikasi menurut Turner yaitu proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan. Komunikasi sebagai sebuah proses merupakan elemen fundamental pertama dan utama dalam memahami manusia dan kemanusiaannya. Proses yang dimaksud dalam hal ini yaitu suatu kegiatan yang melibatkan berbagai unsur komunikasi yang terjadi dari waktu ke waktu. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan tentunya dalam proses interaksi dengan individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat. Dengan kata lain, komunikasi merupakan jembatan bagi seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan dengan orang lain.¹⁴

Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang menyampaikan suatu pesan baik secara langsung ataupun menggunakan lambang-lambang yang kemudian menghasilkan feedback dengan tujuan mencapai kesamaan dalam mengartikan tentang hal yang dikomunikasikan.

b. Fungsi Komunikasi

1. Informasi

¹⁴ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*" (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), hlm 37-40.

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan dan menerima informasi. Tidak dapat dipungkiri, dalam kehidupan setiap orang, baik kehidupan individu, kelompok ataupun organisasi pasti membutuhkan informasi yang berkaitan dengan kepentingan dan kebutuhan hidup mereka yang dapat memberikan pengetahuan baru..

2. Hiburan

Komunikasi dapat memberikan hiburan dalam kehidupan manusia. seseorang dapat mengalihkan perhatiannya dari situasi tidak tenang ke dalam situasi yang lebih santai dan menyenangkan. Tidak dapat dipungkiri, setiap orang pasti memerlukan hiburan sebagai kepentingan dalam kehidupan mereka. Hiburan yang dapat dirasakan oleh khalayak termuat dari berbagai media visual maupun media audio visual.

3. Diskusi

Dalam kehidupan manusia dipenuhi dengan pendapat dan pandangan yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan tersebut maka dibutuhkan suatu diskusi antarpersonal maupun dalam kelompok atau organisasi. Melalui diskusi dapat ditemukan sebuah kesamaan dan kesatuan pendapat tanpa yang tentunya tetap dalam aspek menghargai perbedaan yang dimiliki orang lain.¹⁵

¹⁵ Alo Liliweri, “*Komunikasi Serba Ada Serba Makna*” (Jakarta: Kencana Prenada Media Grub, 2011)

c. Unsur-Unsur Komunikasi

Secara garis besar komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang memuat pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain melalui lambang-lambang. Pikiran dalam hal ini dapat berupa gagasan, informasi, ide, opini, peristiwa, dan lainnya. Lambang dapat berupa isyarat, gambar, warna, dan lainnya dalam hal ini terdapat beberapa elemen yang ada dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Komunikator

Komunikator merupakan pihak pertama yang mengirim pesan. Komunikator juga biasa disebut dengan *encoder*. Pengirim merupakan pihak yang menyajikan pikiran atau pendapat mengenai suatu objek atau peristiwa. Pengirim dapat bersumber dari individu, kelompok ataupun organisasi. Komunikator dalam menyampaikan pesan kepada penerima bertujuan untuk mendapatkan respon demi menyamakan persepsi terhadap pesan agar penerima dapat memahami pesan yang disampaikan.

2. Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang menerima pesan. komunikan ialah orang yang menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator baik pesan verbal ataupun non verbal. Komunikator dengan komunikan merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan karena dalam proses

komunikasi pihak yang selalu terlibat adalah pengirim dan penerima pesan. Komunikasi menerima pesan melalui visual, penengaran, rabaan, dan penciuman.¹⁶

3. Pesan (Message)

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan berisi kumpulan perilaku yang didalamnya terdiri dari kata-kata, simbol, lambang-lambang, isyarat, tanda-tanda atau gambar. Pesan bukan hanya sekedar menyusun kata-kata atau simbol, namun pesan merupakan suatu tindak tutur atau ekspresi dari penerima yang dituangkan dalam kata-kata dengan harapan dapat dimengerti oleh penerima.

4. Media

Media adalah saluran yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikator dalam menyampaikan pesan tidak hanya fokus terhadap konsep pesan yang disampaikan kepada penerima, namun juga harus memperhatikan terhadap perkembangan media saat ini. Dalam hal ini komunikator harus lebih memahami selera dan keinginan komunikan yang selalu ingin serba mudah, begitupun dalam penerimaan sebuah informasi. Oleh karena itu, komunikator harus memilih media yang tepat

¹⁶ Alo Liliweri, "*Komunikasi Serba Ada Serba Makna*" (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)

untuk memudahkan khalayak dalam mengakses informasi yang disampaikan.

5. *Encoding dan Decoding*

Encoding merupakan suatu proses dimana pengirim atau komunikator menuangkan ide atau maksud ke dalam simbol atau lambang-lambang yang kemudian dirangkai dalam bentuk kata-kata ataupun secara non verbal. Hasil penuangan ide dalam kata-kata ini adalah pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Sementara *decoding* merupakan aktivitas penerima dalam menerjemahkan simbol-simbol dalam sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator yang kemudian di berikan makna oleh penerima.

6. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik atau feedback merupakan bentuk tindakan atau respon yang diperoleh oleh pengirim pesan yang berasal dari penerima setelah adanya proses komunikasi yang terjadi. Dengan adanya respon dari penerima, pengirim dapat mengetahui sejauh mana komunikasi yang terjalin, apakah efektif atau tidak. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila penerima dapat menerjemahkan isi pesan sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh pengirim pesan, dan terdapat persamaan maksud antara keduanya.

7. Gangguan (*Noise*)

Komunikasi yang terjalin antar sesama manusia tidak selalu berjalan lancar dan efektif, komunikasi sering mengalami hambatan atau gangguan. Gangguan yang terjadi dapat berasal dari saluran maupun lingkungan yang ada di sekitar pengirim dan penerima.¹⁷

3. Strategi Komunikasi

a. Pengertian strategi komunikasi

Sesuai isi dari buku yang berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi” karya Onong Uchjana Effendy, ia mendefinisikan bahwa, strategi komunikasi merupakan suatu bentuk panduan yang digunakan mulai dari proses perencanaan komunikasi dan komunikasi manajemen dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam rangka keberhasilan suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, strategi komunikasi diharapkan dapat memperlihatkan fungsi operasionalnya dalam melakukan suatu pendekatan dalam kondisi dan situasi apapun.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy terdapat aspek-aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik. Terdapat dua aspek penting dalam strategi komunikasi yang dapat memberikan makna secara lengkap dalam sebuah strategi komunikasi nantinya, yaitu strategi yang dimaknai

¹⁷ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*” (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017)

secara makro dan mikro. Makro dalam hal ini berkaitan dengan perencanaan strategi media sedangkan mikro berkaitan dengan strategi media komunikasi secara tunggal.

Kedua aspek tersebut memiliki dua fungsi ganda, pertama, Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan intruktif secara sistematis kepada khalayak yang menjadi sasaran dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang optimal. Kedua, Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) sebagai efek dari kemudahan dalam mendapatkan dan menggunakan media masa, dimana jika diabaikan dapat merusak nilai-nilai budaya.¹⁸

Dalam hal ini penulis mencoba menyimpulkan arti dari strategi komunikasi, yaitu bentuk perencanaan, taktik, dan cara untuk melancarkan komunikasi yang dipergunakan oleh kelompok maupun organisasi dengan melihat seluruh aspek yang ada dalam proses komunikasi dalam rangka mencapai proses yang diinginkan. Peran komunikasi sangatlah penting dalam proses penyusunan strategi komunikasi, oleh sebab itu strategi komunikator harus bersifat dinamis. Karena jika suatu strategi komunikasi mengalami faktor yang tidak direncanakan, komunikator dapat segera melakukan komunikasi lebih lanjut. Karena segala faktor penghambat bisa saja terjadi dalam kondisi dan situasi apapun yang dapat memberikan efek di luar keinginan..

¹⁸ Edi Suryandi, “*Strategi Komunikasi*” (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm 5-6.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam kutipan yang dilakukan oleh Onong Uchjana Effendi yang bersumber dari buku dengan judul *Techniques Effective Communication* karya R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan, yaitu:¹⁹

- a. *To Secure Understanding*, yaitu memastikan pesan diterima dan dapat dipahami oleh penerima
- b. *To Establish Ecceptence* yaitu pembinaan dalam proses penerimaan pesan
- c. *To Motivate Action* yaitu tindakan yang dilakukan dalam pemberian motivasi kepada komunikan.

c. Komponen-Komponen Strategi Komunikasi

Littlejohn mengartikan bahwa strategi sama dengan “rencana suatu tindakan” dan metodologinya yang sangat mendasar dikemukakan oleh Burke sebagai *the dramatisitic pentad* (segi lima dramatisitik) yang dirangkum dalam komponen-komponen strategi komunikasi sebagai berikut:

1. *Act* (aksi), yaitu segala bentuk yang dikerjakan oleh pelaku (aktor). Dalam hal ini aksi memuat hal-hal yang harus dilakukan dan segala yang harus diselesaikan.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016)

2. *Scene* (suasana), yaitu keadaan atau situasi yang terjadi selama kegiatan berlangsung. Dalam hal ini, meliputi penjelasan terkait keadaan fisik atau budaya dan lingkungan masyarakat dimana kegiatan tersebut akan diadakan.
3. *Agent* (agen), yaitu seseorang yang menjadi pelaku dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab yang di dalamnya memuat substansi yang diketahui, yang meliputi aspek kemanusiaan, sikap, sejarah, dan aspek lainnya.
4. *Agency* (agensi), yaitu alat atau instrumen yang akan digunakan oleh agen atau pelaku dalam melakukan segala tindakan. Alat-alat tersebut meliputi, saluran-saluran komunikasi, ide, media atau saluran, pesan, cara, dan alat-alat terkait lainnya.
5. *Purpose* (maksud), yaitu alasan yang dijadikan pedoman dalam bertindak. Dalam hal ini mencakup tujuan, akibat, dan hasil yang diharapkan.²⁰

4. Selawat

a. Pengertian Selawat

Selawat yang memiliki arti doa sebagai pengingat bahwa Allah SWT merupakan Tuhan semesta alam dan Tuhan satu-satunya. Kata ini terbentuk dari kata “*shalat*” yang bentuk jamaknya adalah selawat. Selawat yang kita panjatkan merupakan salah satu bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat yang Allah SWT berikan melalui

²⁰ Suhandang, “*Strategi Dakwah; Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*” (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm 81-82.

kekasih Allah.²¹ Selawat merupakan sarana yang dapat menambah dan memperkuat iman seorang muslim kepada Allah SWT dan menambah kecintaan kepada Raasulullah SAW. Selawat juga merupakan bagian dari rukun sholat yang wajib dibaca ketika tasyahud.

Selawat mempunyai dua makna didalamnya, yaitu: pertama, sebagai bentuk kecintaan umat muslim kepada Nabi Muhammad SAW dengan mendoakan Nabi di setiap lantunan selawat. Selain itu disaat yang bersamaan kita tau akan kekuasaan dan kebesaran Allah SWT sebagai Tuhan pencipta alam. Kedua, selawat memiliki makna menghubungkan yang berasal dari kata *shilat*. Hal ini berarti ketika seseorang berselawat sesungguhnya dirinya dalam alam rohani sedang terhubung dengan Nabi Muhammad SAW.²²

Selawat memiliki dampak yang sangat positif yang akan kembali ke diri sendiri. Selawat memiliki manfaat yaitu sbagai bentuk rasa syukur atas limpahan rahmat yang diberikan kepada Allah SWT, yang digunakan untuk mendapatkan keberkahan hidup di dunia maupun di akhirat. Selain itu selawat juga dimaknai sebagai bentuk cinta dan bentuk penyambutan atas kedatangan Nabi Muhammad SAW dengan harapan diberikannya kebaikan-

²¹ Imam, Syafi'I, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, "*Grub Shalawat sebagai Media Dakwah bagi Masyarakat di Era Milenial (Studi Kasus Pada Jam'iyah Shalawat Benning Situbondo)*", Vol. 1, No. 1, 2019, hlm 77.

²² Muadilah Hs. Bunganegara, Jurnal THADIS, "*Pemaknaan Shalawat: Pandangan Majelis Zikir Haqqul Yaqin*", Vol. 9, No. 2, 2018, hlm 190.

kebaikan dan dibukakannya jalan keselamatan untuk menjalani hidup di dunia dan di akhirat kelak.

b. Macam-Macam Selawat

Terdapat beberapa bentuk macam selawat yang dapat dipanjatkan untuk Nabi Muhammad SAW. Tentunya terdapat arti dan mana tujuan yang berbeda dalam setiap bentuk selawat. Berikut merupakan macam-macam selawat yang dapat diamalkan oleh umat muslim dalam kehidupan. Antara lain yaitu:

1. Selawat ma'tsurah, yaitu bacaan selawat yang bersumber dari Rasulullah SAW, baik dari bentuk kalimatnya, bacaanya, keutamaanya, maupun waktu dalam membaca selawat ini. Selawat ma'tsurah tertulis dalam kalimat "Allahumma shalli'ala Muhammadin nabiyyil ummiyyil wa'ala alihi wa saliiim, yang memiliki arti Ya Allah limpahkanlah rahmat dan salam kepada Muhammadn Nabi yang Ummi.
2. Selawat ghairu ma'tsurah, yaitu bacaan selawat yang dibuat oleh orang-orang shaleh yang disebut ulama. Dimana orang-orang yang memiliki ilmu dan ketakwaan yang dijadikan panutan orang-orang muslim. Adapun contoh selawat ini yaitu "selawat munjiyat" yang diciptakan oleh Syekh Abdul Qadir al-jaelani dan shalawat Fatih oleh Syekh Ahmad al-Tijami.²³

²³ Bunganegara, hlm 187.

c. Keistimewaan Selawat

Selawat kepada Nabi Muhammad SAW mempunyai banyak keistimewaan yang tentunya dapat dirasakan oleh umat muslim yang senantiasa berselawat kepada Rasulullah SAW yang dapat memberikan manfaat bagi kehidupan di dunia maupun di akhirat. Selawat merupakan sebuah doa sekaligus pengingat bagi umat muslim bahwa Nabi Muhammad SAW adalah rasul utusan Allah SWT yang terakhir. Berikut beberapa keistimewaan selawat yang dapat umat muslim rasakan, yaitu:

1. Memperoleh syafa'at Nabi Muhammad SAW

Ketika umat muslim memperbanyak selawat kepada Nabi Muhammad SAW, maka akan senantiasa memperoleh syafa'at dengan diberikan pertolongan dalam urusan dunia yang akan bermanfaat di akhirat kelak.²⁴

2. Memperoleh pahala pahala 10 kali lipat

Hal ini termuat dalam firman Allah Swt. dalam QS. Al-An'am ayat 160 yang berbunyi :

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا

Artinya : “Barang siapa berbuat kebaikan mendapat balasan sepuluh kali lipat amalnya.”²⁵

²⁴ Salmahaminati dkk, “Islam dalam Disiplin Ilmu” (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022), hlm 29.

²⁵ QS. Al-An'am 6:160.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa amalan baik yang termasuk ke dalam bentuk ibadah kepada Allah yaitu dengan berselawat. Dengan berselawat kepada kepada Nabi Muhammad SAW, maka Allah SWT akan memberikan balasan amal sepuluh kali lipat yang dapat dihapuskannya dosa dan ditinggikan derajatnya.

3. Terkabulnya doa

Dalam kehidupan manusia di dunia pasti terdapat banyak doa dan harapan yang dipanjatkan kepada Allah SWT. Sebagai umat muslim sudah sepatutnya dalam melakukan segala hal sebaiknya diawali dan diakhiri dengan doa dan juga diiringi dengan selawat untuk Rasulullah SAW. Membaca selawat merupakan salah satu penyempurna doa dalam beribada kepada Allah SWT yang dapat memberikan keberkahan dan sebagai jalan mengantarkan doa kepada Allah SWT.

4. Masuk ke dalam surga

Seseorang yang senantiasa berselawat kepada Nabi Muhammad SAW akan diberikan jalan kemudahan menuju surga. Karena disetiap lantunan selawat terdapat doa-doa yang mengantarkan setiap kebaikan dan doa kepada Allah SWT.

5. Dimohonkan ampunan oleh malaikat

Hendaklah setiap umat muslim membaca selawat di manapun, kapanpun, baik sedikit ataupun banyak. Karena setiap satu selawat akan mendapatkan keutamaan yang diberikan oleh

Allah, dimana malaikat akan memohonkan segala kesalahan dan dosa kepada Allah SWT.²⁶

B. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi

1. Faktor penghambat strategi komunikasi

Dalam sebuah komunikasi pastinya terdapat hambatan yang terjadi pada saat penyampaian pesan yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sering terjadinya kesalahpahaman akibat dari tidak tercapainya pengertian yang dikehendaki. Tidak dapat diterimanya pesan dengan baik dapat timbul akibat adanya perbedaan lambang atau bahasa yang digunakan dalam penyampaian sebuah pesan. Selain itu juga terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Menurut Ruslan terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:

a. Hambatan dalam proses penyampaian (*process barrier*)

Hambatan ini dapat berasal dari komunikator (*sender barrier*) yang kesulitan dalam penyampaian pesan yang dapat terjadi akibat kurangnya penguasaan materi dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Namun hambatan juga dapat berasal dari penerima pesan (*receiver barrier*) yang diakibatkan karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini

²⁶ Salmahaminati dkk, "Islam dalam Disiplin Ilmu" (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022), hlm 30.

dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikator.

b. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Dalam sebuah proses komunikasi sarana fisik dapat menjadi penghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam sehingga proses penyampaian dan penerimaan pesan dapat terganggu, selain itu gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) juga sering terjadi dalam sebuah acara atau pertemuan. Hal ini dapat membuat pesan yang disampaikan tidak dapat diterima dengan baik dan tepat oleh komunikator.

c. Hambatan semantik (*semantik barrier*)

Hambatan dalam segi semantik (bahasa dan arti perkataan) terjadi dari adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara komunikator dengan komunikator tentang satu bahasa atau lambang. Hal ini dapat disebabkan dari penggunaan bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga pihak komunikator dengan pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang akan kesulitan untuk memahaminya. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psiko-sosial (*psycosocial barrier*)

Hambatan psikososial terjadi akibat adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut, serta kebutuhan dan harapan dari kedua

belah pihak yang memiliki perbedaan. Misalnya, seorang komunikator menyampaikan kata momok yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar, namun kata tersebut dalam bahasa sunda memiliki maksud yang kurang baik. Jika hal ini disampaikan pada pidato atau sambutan maka citra yang bersangkutan (komunikator) akan turun akibat adanya salah pengertian bahasa.²⁷

2. Faktor pendukung strategi komunikasi

Dalam penyusunan strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, terdapat faktor-faktor pendukung dalam sebuah penyusunan strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melakukan proses komunikasi, penting untuk mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi kita tersebut. Hal ini berkaitan dengan tujuan sebuah komunikasi. Apakah komunikasi hanya berperan untuk mengetahui (metode informatif) atau agar komunikasi melakukan suatu tindakan (metode persuasif atau instruktif). Dalam hal ini berhubungan dengan tujuan, metode, dan banyaknya sasaran yang akan terjadi dalam proses komunikasi. Seorang komunikator terdapat faktor yang harus diperhatikan dalam dirinya, salah satunya ialah faktor situasi dan kondisi. Faktor situasi

²⁷ Rosady Ruslan, *“Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi”* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003)

disini merupakan situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Sedangkan yang dimaksud kondisi ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan saat menerima pesan.

b. Pemilihan media komunikasi

Dalam pemilihan media dapat memilih satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dengan tujuan, pesan yang ingin disampaikan, dan teknik yang akan digunakan. Terdapat banyak jenis media, mulai dari media cetak, audio, visual, dan audio-visual. Dari banyaknya jenis media tentu terdapat kelebihan dan kekurangan masing-masing.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Dalam sebuah pesan komunikasi terdapat tujuan tertentu. Hal ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informatif, persuasi, atau instruksi. Sebelum melakukan suatu teknik penting untuk memahami pesan komunikasi terlebih dahulu. Dalam kehidupan sehari-hari banyak isi pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan gabungan lambang, seperti yang termuat dalam surat kabar, film, atau televisi. Namun lambang yang paling banyak digunakan ialah bahasa, karena bahasa dianggap yang paling mampu dalam mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memuat fakta dan opini. Oleh karena itu bahasa menjadi peranan penting dalam sebuah komunikasi.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Terdapat faktor yang harus diperhatikan dalam diri komunikator dalam mencapai kelancaran suatu komunikasi, yaitu:

1. Daya tarik sumber

Dalam rangka mencapai sebuah keberhasilan komunikasi, dalam hal ini mampu mengubah opini, sikap, dan perilaku komunikan, komunikator dapat menggunakan mekanisme daya tarik. Sehubungan dengan hal ini, komunikan merasa ada kesamaan dengan komunikator, sehingga komunikan bersedia mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2. *Kredibilitas* sumber

Hal ini berkaitan dengan kepercayaan komunikan terhadap komunikator. Kepercayaan ini bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator. Keahlian komunikator akan berpengaruh terhadap kepercayaan akan materi yang akan disampaikan kepada komunikan.²⁸

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016) hlm 35-39.