

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah metode yang efektif dalam menyampaikan pesan sedemikian rupa sehingga komunikan dapat dengan mudah memahami dan menerima apa yang telah disampaikan, sehingga dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai segala sesuatu yang harus dilakukan untuk memastikan komunikasi berjalan dengan lancar. Strategi komunikasi merupakan proses mengidentifikasi serta mengimplementasikan metode yang akurat demi tercapainya suatu tujuan komunikasi.

Praktik strategi komunikasi digunakan demi terciptanya peningkatan efektivitas organisasi sebagai fungsi organisasi.² Strategi komunikasi melibatkan tindakan komunikasi yang efektif dan terarah di saat komunikator bertindak atas nama organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Definisi komunikasi menurut Rogers dan Kincaid yaitu proses antara dua orang atau lebih untuk membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain demi mencapai rasa saling

¹ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*.

² Sawan Sandhu, "Strategic Communication: An Institutional Perspective," *International Journal of Strategic Communication* 3, no. 2 (2009): 72–92, <https://doi.org/10.1080/15531180902805429>.

pengertian.³ Komunikasi lebih dari sekadar mencapai tujuan, tetapi komunikasi juga tentang manajemen tujuan.

Menurut Effendy, strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi yang menggabungkan manajemen komunikasi dan menunjukkan bagaimana strategi operasional dijalankan.⁴ Secara praktis, strategi operasional dapat diimplementasikan kapan saja dan dengan berbagai cara berdasarkan situasi dan kondisi. Melalui strategi komunikasi tersebut menyiratkan jika ada banyak metode untuk secara aktif menggunakan komunikasi untuk membuat perubahan pada komunikasi melalui cara yang lebih mudah dan cepat.

Menurut Mohr dan Nevin, strategi komunikasi merupakan penerapan kombinasi berbagai aspek komunikasi yang meliputi pemanfaatan fitur-fitur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran.⁵ Strategi komunikasi mencakup semua informasi yang diperlukan untuk memahami cara komunikasi dapat dijalankan secara efektif dengan audiens tertentu. Arifin mengidentifikasi empat hal penting yang perlu dipertimbangkan ketika merancang strategi komunikasi, yaitu mengidentifikasi khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan memilih media.⁶ Ketika mengimplementasikan strategi komunikasi, semua kegiatan komunikasi dapat dipandang sebagai proses mengubah pesan di antara orang-orang

³ Cangara Hafied, "Pengantar Pengantar Ilmu Komunikasi. Jurnal Pendidikan," *Jurnal Pendidikan* 2, no. 2 (2017).

⁴ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*. In Komunikasi dalam Sebuah Organisasi.

⁵ Somboon Kulvisaechana, "The Role of Communication Strategies in A Case Study of Consignia Brand and Business Status Introduction Somboon Kulvisaechana," *Journal of Social Science and Entrepreneurship* 3, no. 4 (2015): 25–30.

⁶ Arifin, *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1984) hal. 100.

yang terlibat serta memiliki kepentingan berupa saling bertukar informasi satu dengan yang lain. Maka dari itu, dalam strategi komunikasi semua individu yang berpartisipasi dalam proses komunikasi harus dipertimbangkan.⁷

B. Teori Strategi Komunikasi

Menurut Harold Lasswell Strategi adalah rencana (*planning*) untuk melaksanakan suatu rencana dalam rangka mencapai salah satu tujuan. Menurut pakar Effendy, strategi komunikasi yang efektif menggabungkan perencanaan komunikasi dan pencapaian target.⁸ Harold Lasswell menyatakan cara yang terbaik untuk menerangkan dari kegiatan komunikasi ialah harus menjawab sebuah pertanyaan yang terdiri dari “*who says what which channel to whom with what effect*”.

Salah satu pakar, Rogers memberikan batasan definisi strategi komunikasi sebagai sebuah rencana yang dirancang dengan cermat dan bertujuan untuk mendorong perubahan dalam perilaku manusia secara lebih besar melalui penyebaran konsep-konsep baru. Sedangkan menurut Middleton, seorang ahli perencanaan komunikasi, mendefinisikan strategi komunikasi sebagai perpaduan yang ideal dari semua aspek komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan pengaruh (efek), yang dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Proses memilih strategi memiliki signifikansi yang sangat besar dalam

⁷ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran Dan Brand Destinasi* (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 85.

⁸ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003).

bidang perencanaan komunikator karena dapat berpotensi gagal dan berakibat fatal jika dengan pemilihan yang salah. Berikut adalah komponen-komponen dari teori John Middleton :

1. Menetapkan komunikator.

Komunikator merupakan unsur komunikasi yang utama dalam menjalankan strategi.⁹ Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yakni; kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.

2. Menetapkan komunikan.

Komunikan disini bertugas menjadi penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.¹⁰ Dalam studi komunikasi, khalayak atau disebut juga komunikan. Memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka.

⁹ N. I. Rahmah & S. Hairunnisa, "*Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah,*" eJournal Ilmu Komunikasi 9 (2021): 95.

¹⁰ *Ibid*, hal 95

3. Menyusun pesan.

Pesan memiliki isi pokok informasi yang dapat disampaikan dalam proses komunikasi.¹¹ Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna.

4. Memilih media dan saluran komunikasi.

Media merupakan bagian terpenting dalam menyampaikan pesan, karena media merupakan perantara yang paling ampuh dalam berkomunikasi.¹² Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa.

5. Efek komunikasi.

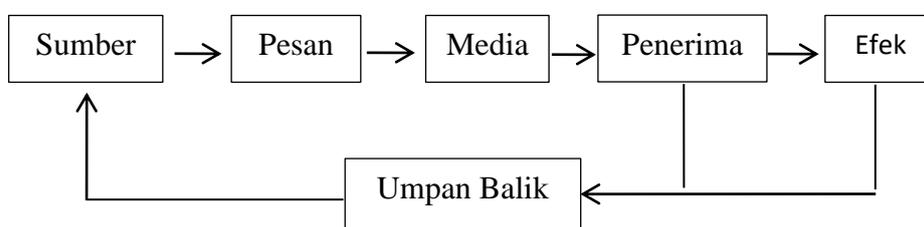
Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek. Sedangkan perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan.

¹¹ *Ibid*, h 95

¹² M. R. Shabilla, "Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Produktivitas dan Kreativitas Pengrajin Batik Jambi," MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi 8, no. 2 (2023): 8.

a) Proses Komunikasi

Proses komunikasi yang dapat dipahami secara komprehensif melalui model komunikasi David K Berlo, memerlukan serangkaian tindakan dan pertukaran yang beragam di saat komunikator melakukan tugas untuk secara efektif menyampaikan informasi atau pesan kepada komunikan, sehingga terwujudnya komunikasi yang bermanfaat dan berdampak.



Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Dari Model Komunikasi David K Berlo

b) Komponen Strategi Komunikasi

Untuk menjaga stabilitas strategi komunikasi, penting untuk menghubungkan semua elemen dengan komponen yang berfungsi sebagai tanggapan terhadap pertanyaan yang diajukan pada rumus Lasswell. Menurut Lasswell, metode terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti (Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, Efek/ Umpan Balik).¹³ :

- 1) *Who* (siapa komunikatornya?) setiap peristiwa komunikasi akan memiliki sumber sebagai pencetus atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber dapat berupa individu atau

¹³ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008).

kelompok, seperti partai, organisasi, atau institusi. Sumber terkadang disebut sebagai pengirim, komunikator, atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *source, encoder atau sender*.

- 2) *Say* (pesan apa yang disampaikan?) Pesan yang dikomunikasikan selama proses pertukaran informasi adalah entitas yang disampaikan individu yang mengirimkan informasi kepada individu yang menerimanya. Pesan dapat disampaikan baik secara langsung atau melalui berbagai bentuk media komunikasi. Pengetahuan ilmiah, konten menghibur, panduan informatif, dan propaganda persuasif adalah beberapa contoh jenis pesan yang dapat disampaikan. Dalam bahasa Inggris, pesan sering diartikan sebagai *message, information, atau content*.
- 3) *In which channel* (media apa yang digunakan?) Istilah "media" mengacu pada alat yang digunakan untuk menyalurkan komunikasi dari sumber kepada penerima.
- 4) *To whom* (siapa komunikannya?) penerima merupakan pihak yang menerima komunikasi yang disampaikan oleh sumber. Penerima dapat berupa individu, kelompok, partai politik, atau seluruh bangsa. Penerima juga dikenal sebagai khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi, diketahui bahwa kehadiran penerima merupakan hasil dari sumber. Penerima tidak akan ada tanpa adanya sumber.
- 5) *With what effect* (Efek apa yang dapat diharapkan?) Pengaruh atau efek mengacu pada perbedaan antara apa yang dirasakan, dipikirkan,

dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Dampak ini dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang.¹⁴

Dengan demikian, untuk merancang rencana yang optimal, semuanya harus terintegrasi dengan komponen-komponennya. Selain menetapkan tujuan dengan jelas, strategi komunikasi juga harus dipertimbangkan dalam hal kondisi dan situasi audiens atau target. Strategi komunikasi memfasilitasi pelaksanaan langkah-langkah komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu, yaitu tujuan perubahan. Anwar Arifin, seorang pakar komunikasi percaya bahwa pengenalan audiens, metode, pesan, media, dan komunikator merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan saat merancang strategi komunikasi.¹⁵ Dalam mengatur strategi komunikasi yang diperlukan adalah tujuan yang jelas, serta melihat bagaimana situasi dan kondisi dari sasaran strategi komunikasi tersebut.

Pada penyusunan strategi komunikasi, tujuan yang jelas harus ditetapkan, serta pemahaman tentang skenario dan kondisi target strategi komunikasi. Strategi menggambarkan suatu rangkaian tindakan yang didukung oleh berbagai sumber daya yang tersedia. Menurut Wayne Pace, Brant D Peterson, M. Dallas yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa strategi komunikasi memiliki tujuan utama, yaitu :¹⁶

¹⁴ Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007).

¹⁵ Arifin, A, *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1984)..

¹⁶ Onong Uchjana. Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Cetakan Ke-Sepuluh.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1997).

a) *To Secure Understanding.*

Untuk mempengaruhi komunikan dengan menyampaikan pesan dalam rangka mencapai tujuan tertentu dari suatu yang telah ditargetkan.

b) *To Establish Acceptance.*

Setelah seorang komunikan menerima dan memahami informasi yang akan dikirimkan, selanjutnya pesan harus ditanamkan dalam pikiran komunikan untuk memberikan umpan balik yang mendukung tercapainya tujuan komunikasi.

c) *To motive action.*

Melalui komunikasi yang dilakukan, diharapkan komunikator dapat mempengaruhi komunikan berdasarkan tujuan atau sasaran mereka.

Untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator, strategi komunikasi memberikan gambaran umum tentang bagaimana cara mencapai tujuan komunikator dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi tentunya komunikator tidak hanya fokus pada tujuannya saja, tetapi juga melihat faktor hambatan yang mungkin dapat terjadi pada proses komunikasi tersebut.

Hambatan Strategi Komunikasi menurut Shannon dan Weaver, gangguan komunikasi dapat didefinisikan sebagai intervensi yang secara efektif mengganggu satu atau lebih elemen fundamental yang terlibat dalam proses komunikasi, sehingga mengarah pada kegagalan proses komunikasi itu sendiri. Di sisi lain, penghalang komunikasi dapat

dikonseptualisasikan sebagai hambatan atau penghalang yang mencegah kelancaran terjadinya proses komunikasi, sehingga menggagalkan harapan dan niat baik pengirim maupun penerima pesan. Penting untuk dicatat, bagaimanapun bahwa sementara gangguan dan hambatan komunikasi dapat dibedakan satu sama lain, hambatan komunikasi juga dapat timbul sebagai akibat dari gangguan.

Hambatan dan gangguan komunikasi memiliki perbedaan, namun hambatan komunikasi terkadang muncul sebagai akibat dari gangguan. Ada enam jenis hambatan atau gangguan komunikasi, yaitu :¹⁷

1) Gangguan Teknis

Gangguan teknis muncul ketika salah satu instrumen komunikasi terganggu, sehingga menyebabkan gangguan informasi yang dikirimkan melalui media. Contoh gangguan tersebut meliputi gangguan di stasiun radio atau televisi, gangguan pada jaringan telepon, gangguan pesawat radio yang menyebabkan kebisingan, dan sejenisnya.

2) Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik adalah masalah komunikasi yang disebabkan oleh kesalahan dalam penggunaan bahasa. Gangguan semantik dapat terjadi karena beberapa faktor, yaitu :

- a) Kalimat ditulis dalam berbagai bahasa asing, sehingga sulit untuk ditafsirkan oleh pendengar atau penerima pesan.

¹⁷ Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015) hal. 155.

- b) Pembicara menggunakan bahasa yang tidak sama dengan penerima.
- c) Struktur bahasa berbeda atau tidak sebagaimana mestinya, sehingga dapat membingungkan penerima karena bahasa yang digunakan tidak memiliki struktur yang tepat.
- d) Konteks budaya mempengaruhi dalam kesalahan mempersepsikan simbol-simbol bahasa yang digunakan.

Gangguan semantik mengakibatkan persepsi yang salah, sehingga mengarah pada terjadinya mispersepsi. Hal tersebut mengartikan bahwa proses kognitif di dalam diri seseorang yang memperoleh informasi, menghasilkan anggapan spesifik mengenai stimulus yang diterima melalui salah satu dari lima indera sebelum mengekspresikannya dalam bentuk ide atau respons. Selain hambatan semantik, hambatan psikologis juga muncul sebagai konsekuensi dari gangguan yang disebabkan oleh faktor internal individu. Misalnya, jika penerima informasi skeptis terhadap pemberi informasi, situasi yang tegang, atau ada masalah kesehatan mental, penerimaan dan pemberian informasi dapat terganggu.

3) Rintangan Fisik

Rintangan fisik yaitu rintangan yang disebabkan oleh faktor geografis seperti jarak yang jauh dan sulit ditempuh, kurangnya rute transit, dan sebagainya. Hambatan fisik dalam komunikasi antarmanusia juga dapat dipahami sebagai kelainan organik, yaitu kegagalan salah satu dari lima fungsi indera penerima.

4) Rintangan Status

Rintangan status muncul sebagai akibat dari adanya jarak sosial di antara peserta dalam komunikasi, seperti perbedaan dalam kedudukan sosial antara individu dalam posisi otoritas dan mereka yang berada di posisi bawahan. Ketidaksetaraan tersebut seringkali mengharuskan praktik komunikasi yang secara konsisten mempertimbangkan kondisi dan etika yang tercipta dalam masyarakat. Dengan kata lain, bawahan cenderung menunjukkan rasa hormat kepada atasan mereka.

5) Rintangan Kerangka Berpikir

Rintangan kerangka berpikir, juga dikenal sebagai hambatan kognitif, yaitu hambatan yang muncul karena perbedaan persepsi antara pengirim dan penerima pesan selama proses komunikasi. Kesenjangan dalam pemahaman ini berasal dari beragam fondasi pendidikan dan pengalaman hidup yang dimiliki individu. Hambatan-hambatan ini, yang sering dianggap sulit untuk diatasi sebenarnya terletak di dalam ranah pikiran dan persepsi yang dipertukarkan antara satu individu dengan yang lain. Sangat penting untuk mengakui pentingnya hambatan kerangka pikiran ini untuk secara efektif menavigasi seluk-beluk komunikasi interpersonal.

6) Rintangan Budaya

Rintangan budaya terwujud sebagai konsekuensi dari beragam standar, tradisi, dan prinsip yang secara kolektif ditegakkan oleh para pihak yang terlibat dalam komunikasi. Individu yang tinggal di negara-negara terbelakang memiliki kecenderungan untuk memperoleh informasi melalui berbagai saluran yang memiliki kemiripan signifikan, mencakup norma-norma perilaku linguistik, agama, dan bahasa.

Dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi, sangat penting untuk memahami seluruh proses komunikasi sebagai mekanisme yang saling terhubung. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus mempertimbangkan dengan cermat dan menggabungkan semua pihak yang terlibat dalam komunikasi. Selain itu, perencanaan yang matang dalam strategi komunikasi juga sangat penting untuk memastikan tujuan komunikasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien. Salah satu metode yang digunakan dalam perencanaan tersebut adalah analisis SWOT yang dikemukakan oleh Albert Humphrey. Analisis SWOT adalah sebuah metode strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu organisasi, proyek, atau situasi bisnis.¹⁸ Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-an saat ia memimpin proyek riset di Stanford Research Institute (SRI).

¹⁸ F. N. A. D. Fatimah, *Teknik Analisis SWOT* (Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016).

Tujuan utama dari analisis SWOT adalah membantu organisasi dalam merencanakan strategi yang lebih efektif berdasarkan faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan organisasi, sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai setiap kategorinya:

1. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan adalah aspek positif dalam organisasi yang memberikan keunggulan kompetitif. Kekuatan dalam penerapan analisis SWOT merupakan faktor unggulan dalam internal sebuah organisasi. Bagi sebuah organisasi, kekuatan mengenali kekuatan dasar organisasi tersebut merupakan langkah awal menuju organisasi yang berkualitas.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan merupakan kondisi sesuatu hal yang keberadaannya menjadi kelemahan atau kekurangan dari internal sebuah organisasi. Pada dasarnya kelemahan merupakan hal yang wajar dalam organisasi. Dalam organisasi sangat penting untuk membangun kebijakan sehingga dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan tersebut.

3. Opportunities (Peluang)

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan organisasi. Peluang muncul dari luar organisasi yang

bersifat menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan organisasi. Keberadaan peluang dalam analisis SWOT dalam organisasi perlu dirancang berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil) sehingga tidak seluruh peluang tercapai dalam target.

4. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi merugikan organisasi. Ancaman dalam analisis SWOT keberadaannya dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi. Keberadaan ancaman yang muncul dari luar organisasi harus segera ditanggulangi supaya tidak menimbulkan dampak berkelanjutan yang dapat menghambat berjalannya sebuah organisasi.

C. Eksistensi

Menurut Save M. Dagun, kata Eksistensi berasal dari kata latin *existere*, dari *ex*= keluar, *sitere*= membuat berdiri yang artinya apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas, apa saja yang dialami. Konsep ini menekankan bahwa sesuatu itu ada. Menurut Durkheim arti Eksistensi (keberadaan) adalah “adanya”. Dalam filsafat Eksistensi, istilah Eksistensi diberikan arti baru, yaitu sebagai gerak hidup dari manusia konkret.¹⁹ Demikian, dalam berbagai konteks ini, Eksistensi berhubungan dengan keberadaan yang memiliki dimensi aktualitas dan pengalaman hidup, baik dari sudut pandang filsafat, sosial, maupun Eksistensialis.

¹⁹ N. Khutniah dan V. E. Iryanti, "Upaya Mempertahankan Eksistensi Tari Kridha Jati Di Sanggar Hayu Budaya Kelurahan Pengkol Jepara," *Jurnal Seni Tari* 1, no. 1 (2012):11.

- Eksistensi dalam Konteks Filsafat:

Dalam filsafat, Eksistensi merujuk pada keberadaan suatu entitas, baik itu fisik, sosial, maupun abstrak. Eksistensi menggambarkan fakta bahwa sesuatu itu ada dalam dunia nyata atau dalam pemahaman manusia. Misalnya, dalam kajian budaya atau seni, Eksistensi suatu tradisi atau karya seni menunjukkan bagaimana keberadaannya diakui dan dipertahankan dalam masyarakat.

- Eksistensi dalam Konteks Sosial atau Budaya:

Dalam konteks sosial atau budaya, Eksistensi sering merujuk pada upaya untuk mempertahankan identitas atau keberadaan suatu hal di tengah perubahan zaman. Sebagai contoh, dalam skripsi yang membahas budaya tradisional, "Eksistensi" dapat merujuk pada keberlanjutan praktik budaya atau seni dalam menghadapi modernisasi atau globalisasi. Eksistensi ini terkait dengan bagaimana suatu budaya atau tradisi dapat terus hidup dan dihargai meski dihadapkan pada tantangan zaman.

Penerapan Eksistensi:

- Eksistensi Budaya: Dalam skripsi yang membahas upaya mempertahankan budaya atau tradisi, Eksistensi bisa diartikan sebagai keberadaan suatu budaya atau bentuk seni yang tetap bertahan dan diterima di masyarakat.
- Eksistensi Individu atau Komunitas: Dalam kajian sosiologi atau psikologi, Eksistensi dapat dihubungkan dengan cara individu atau kelompok mempertahankan identitas dan peran mereka dalam masyarakat, meskipun menghadapi tantangan atau tekanan dari luar.