

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu communication yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang bermakna umum atau bersama-sama. Sama disini adalah sama makna. Jadi kalau dua orang terlibat komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Percakapan kedua orang tadi dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Para pakar memiliki pandangannya masing masing dalam mendefinisikan ilmu komunikasi. Menurut Harold Laswell komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Menurut Laswell, cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Artinya siapa bicara apa melalui media apa kepada siapa dan apa efek yang ditimbulkan? Menurutnya, komunikasi meliputi lima unsur penting sebagai jawaban dari pertanyaan tersebut, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Singkatnya, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang bisa menimbulkan efek tertentu.

Menurut Onong Uchjana Effendy, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Komunikasi adalah keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, yang dapat terjadi pada setiap gerak langkah manusia. Para ahli ilmu sosial telah berkali-kali mengungkapkan bahwa kurang komunikasi akan menghambat perkembangan keperibadian (Rakhmat, 2018: 6).

Pakar yang lain juga memberikan definisi tentang komunikasi. Menurut Berger dan Chaffe (1983:17), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mencari untuk memahami mengenai produksi pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem signal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan, dan efeknya.

Menurut Shamon dan Weaver komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Pakar komunikasi Joseph Devito juga memberikan pandangannya soal definisi komunikasi. Menurutny, komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian atau penerimaan pesan yang dilakukan seseorang atau lebih, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan dalam suatu konteks yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik.

Oleh sebab itu, Devito menilai komunikasi meliputi beberapa komponen yang terdiri dari konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau *encoding*, proses penerimaan atau *decoding*, serta efek. Menurut Devito, komponen-komponen tersebut merupakan inti dari komunikasi, yang menilai bahwa komponen-komponen itu sangat berpengaruh dalam menentukan berlangsungnya sebuah proses yang bernama komunikasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dalam kurun waktu tertentu dan mengharapkan respon.

2.1.2 Unsur-unsur komunikasi

Berdasarkan definisi yang dibuat pakar komunikasi Harold Laswell, komunikasi memiliki lima unsur yang saling berketergantungan satu sama lain, diantaranya adalah sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator dan pembicara. Selanjutnya, Laswell menyebutkan lima unsur utama komunikasi, yaitu :

- 1) Sumber (komunikator), yaitu pihak yang berinisiatif atau mempunyai atau kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa menjadi seorang individu, kelompok, atau bahkan sebuah organisasi. Proses ini dikenal dengan penyandian (*encoding*).
- 2) Pesan, yaitu seperangkat simbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai dan gagasan dari komunikator.
- 3) Saluran, yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran merujuk kepada

penyampaian pesan, bisa melalui tatap muka, atau lewat media (cetak/elektronik).

- 4) Penerima, yaitu orang yang menerima pesan dari sumber, yang biasa disebut dengan sasaran/tujuan, komunikasi, penyandi-balik, halayak, pendengar, atau penafsir.
- 5) Efek, yaitu kejadian pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, meliputi penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, atau perubahan perilaku.

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Stanton (1982), mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu:

- a. Mempengaruhi orang lain.
- b. Membangun dan mengelola antarpersonal
- c. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan.
- d. Membantu orang lain.
- e. Bermain atau bergurau.

Di luar tujuan komunikasi, maka komunikasi tumbuh dari motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang di harapkan dari komunikasi. Artinya, tujuan komunikasi perlu memperhatikan rencana komunikasi untuk berinteraksi ataukah komunikasi dapat dijalankan secara alamiah saja. Dengan kata lain, tujuan komunikasi sedapat mungkin memperhatikan elemen-elemen utama komunikasi, yaitu:

- a. Pengirim adalah orang yang mengirimkan pesan.
- b. Penerima adalah orang menerima pesan.
- c. Saluran, metode bagi seseorang untuk mengoptimalkan daya guna sehingga kita dapat mengirimkan sebuah pesan secara verbal, nonverbal.
- d. Pesan, informasi yang sudah distimulasikan itu di kirim oleh pengirim ke alam pikiran penerima.
- e. Umpan balik, sebuah respons yang diberikan penerima kepada pengirim.
- f. Lingkungan, dunia fisik dan nonfisik sebagai tempat terjadinya interaksi.
- g. Gangguan, dari luar yang hanya dapat terlihat dan terasa dalam peristiwa komunikasi.

Kategori lain menyebutkan bahwa manusia menjalani semua bentuk komunikasi dengan tujuan komunikasi, sebagai berikut:

a. Tujuan utama:

- 1. Mengirimkan pesan
- 2. Menerima pesan.
- 3. Menginterpretasikan pesan
- 4. Merespon pesan secara cepat dan tepat.
- 5. Bertukar informasi

b. Pendukung tujuan utama:

- 1. Mengoreksi informasi.
- 2. Memberikan kepuasan dan kesenangan berdasarkan pesan/informasi

(Liliweri, 2011: 128).

2.1.4 Fungsi Komunikasi

Sejumlah pakar komunikasi memiliki pendapat yang berbeda-beda soal fungsi komunikasi. Akan tetapi, semua merujuk pada titik yang sama, yakni menyebarkan informasi untuk memberikan efek tertentu terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup sehari-hari, meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita pada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Menurut William I. Gordon, komunikasi memiliki empat fungsi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Berikut penjabarannya :

1. Fungsi komunikasi sosial, komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain dengan memupuk hubungan dengan orang lain.
2. Fungsi komunikasi ekspresif, komunikasi menjadi instrumen dalam menyampaikan perasaan (emosi).
3. Fungsi komunikasi ritual, biasanya dilakukan secara kolektif. Mereka berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual untuk menegaskan komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, atau negara mereka.

4. Fungsi komunikasi instrumental, fungsi ini menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan dan juga menghibur.

Sean MacBride juga memberikan pandangannya tentang fungsi komunikasi. Menurutya, komunikasi mempunyai fungsi yang jauh lebih banyak dari yang sebelumnya diungkapkan William. Menurut MacBride, setidaknya komunikasi memiliki delapan fungsi, yang terdiri dari :

1. Informasi, yakni pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang memberikan pengaruh terhadap lingkungan, serta mengambil keputusan dengan tepat.
2. Sosialisai, yakni penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif dan membuat dia sadar akan fungsi sosialnya, sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
3. Motivasi, yakni menjelaskan tujuan masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan yang dikejar bersama.
4. Perdebatan dan diskusi, yakni menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan sesuai kebutuhan masyarakat umum dengan tujuan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama.

5. Pendidikan, yakni pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mengembangkan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

6. Memajukan kebudayaan, yakni penyebarluasan hasil kebudayaan dengan memperluas horizo seseorang, membangun imajinasi, serta mendorong kreativitas seseorang sesuai kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan, yakni penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan citra diri drama, tari, kesenian, kesusastran, komedi, olahraga, dan lain sebagainya untuk kesenangan.

Intergrasi, yakni menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar mereka dapat saling mengenal dan menghargai kondisi, pandangan, serta keinginan orang lain.

2.1.5 Hambatan-hambatan Komunikasi

Segala sesuatu yang menghalangi kelancaran komunikasi disebut sebagai hambatan (*noise*). Dan menurut Shannon dan Weaver (1949) yang terdapat pada “Pengantar Ilmu Komunikasi” karya Hafied cangara, mengatakan bahwa hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Hambatan komunikasi diantaranya yaitu :

1. Hambatan Teknis

Hambatan teknis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi ataupun terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*).

2. Hambatan Semantik

Hambatan semantik adalah hambatan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan hambatan semantik ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*), yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*).

3. Hambatan Psikologis

Faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hambatan psikologis terjadi karena adanya hambatan yang disebabkan oleh persoalan-persoalan dalam diri individu. Komunikasi sulit berhasil apabila berkomunikasi sedang sedih, bingung, marah, kecewa, merasa iri hati dan kondisi psikologis lainnya dan hal tersebut dapat membuat penerimaan dan pemberian informasi tidak sempurna.

4. Hambatan Fisik

Hambatan fisik adalah hambatan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan lain sebagainya.

5. Hambatan Status

Hambatan status adalah hambatan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status antara senior dan yunior atau atasan dan bawahan.

6. Hambatan Kerangka Berpikir

Hambatan kerangka berpikiran adalah hambatan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi.

7. Hambatan Budaya

Hambatan budaya adalah hambatan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

2.1.6 Jenis Komunikasi

Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sama halnya dengan definisi komunikasi, konteks atau jenis komunikasi juga banyak didefinisikan secara berbeda-beda. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari konteks fisik, konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks kultural.

Sementara itu, G. R. Miller membagi komunikasi menjadi enam kategori. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Enam kategori tersebut terdiri dari, komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Keenam kategori ini yang sering dipahami sebagai jenis-jenis komunikasi yang absolut.

a. Komunikasi intrapribadi

Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya berpikir. Dengan kata lain komunikasi intrapribadi melekat pada komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya. Karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain, kita berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak kita sadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan kita komunikasi dengan diri sendiri.

b. Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal.

c. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat kelompok diskusi; kelompok pemecahan masalah, atau keputusan.

d. Komunikasi publik

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut dengan pidato, ceramah, atau kuliah umum.

e. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok

f. Komunikasi massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik secara cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen (Mulyana, 2017). Seperti yang dijelaskan, Komunikasi massa menggunakan media cetak dan elektronik sebagai wujud berkomunikasi dan menyampaikan pesan. Menurut (Nurudin, 2007) komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa yang digunakan adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

Berdasarkan uraian diatas, komunikasi massa memiliki berbagai macam media yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Oleh karena itu perlu dipahami macam-macam media komunikasi massa mulai dari yang terdahulu

sampai dengan media komunikasi massa saat ini, atau dikenal dengan media baru (new media). Media komunikasi massa masuk ke dalam industri media massa yang memiliki 8 jenis :

1. Koran
2. Surat Kabar
3. Majalah
4. Rekaman
5. Radio
6. Film
7. Televisi
8. Internet

2.2 Komunikasi Kelompok

2.2.1 Definisi komunikasi kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif di antara para anggotanya. Intensitas hubungan antara mereka merupakan persyaratan utama yang dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. Kelompok juga memiliki tujuan dan aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi di antara para anggotanya sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai identitas yang khas yang melekat pada kelompok tersebut.

Menurut Deddy Mulyana, dalam buku berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, kelompok didefinisikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama

(adanya hubungan saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Komunikasi kelompok berfungsi untuk menjelaskan bagaimana interaksi setiap individu dengan kelompok dalam menciptakan kesepahaman, seperti halnya berbagi informasi, pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi lainnya dengan akurat, sehingga kekerabatan, persaudaraan dalam kelompok dapat terjaga.

Komunitas termasuk kelompok sosial yang terdiri atas beberapa orang yang menyatukan diri karena mempunyai kesamaan, misalnya, kebutuhan, kepercayaan, maksud, minat, bakat, hobi, dan kesamaan lain. (Liliweri, 2017:18). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2008) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Bentuk kelompok sangat bermacam-macam. Mulai dari keluarga, tetangga, kawan-kawan, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah melakukan rapat untuk mengambil keputusan. Dengan demikian komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil, jadi bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam

komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya.

Komunikasi kelompok memfokuskan pembahasannya pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Kelompok merupakan kegiatan yang tak terpisahkan dengan kehidupan kita, karena kelompok memungkinkan kita dapat berbaf informasi, pengalaman, dan pengetahuan dengan anggota kelompok yang lain.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok ditandai dengan adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri. Berikut adalah fungsi-fungsi tersebut.

1. Fungsi hubungan sosial, yakni bagai mana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya.
2. Fungsi pendidikan, yakni bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mecapai dan mempertukarkan pengetahuan. Fungsi ini akan sangat efektif jika setiap anggota membawa pengetahuan yang bermanfaat bagi kelompoknya.
3. Fungsi persuasi, yakni bagai mana seorang anggota kelompok mempersuasi anggota kelompok lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
4. Fungsi pemecahan masalah, yakni pemecahan masalah berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan

pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi.

5. Fungsi terapi, yakni objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

2.2.3 Proses Komunikasi Kelompok

Proses komunikasi pada dasarnya sama dengan komunikasi pada umumnya, komponen dasar yang digunakan dalam berkomunikasi adalah komunikan., komunikator (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*) dan respon (*efec*). Akan tetapi dalam komunikasi kelompok proses komunikasi berlangsung secara tatap muka, dengan lebih mengintensifkan tentang komunikasi dengan individu antar individu dan individu dengan *personal structural* (formal). Ketika seluruh orang yang terlibat dalam komunitas atau kelompok tersebut berkomunikasi di luar forum, maka komunikasi yang terjalin antar individu berlangsung secara pribadi dan bahasa yang digunakan cenderung tidak formal. Akan tetapi jika individu tersebut bertemu dalam satu forum yang dihadiri anggota kelompok atau komunitas tersebut, maka komunikasi yang berlangsung akan cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal. Proses komunikasi kelompok dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikator (*Sender*)

Komunikator merupakan orang yang mengirimkan pesan yang berisi ide, gagasan, opini dan lain-lain untuk disampaikan kepada seseorang (komunikan) dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya. Anggota dan pengurus dalam suatu kelompok atau komunitas bisa menjadi komunikator. Ketika mereka melakukan proses komunikasi dalam proses tersebut.

2. Pesan (*Message*)

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif jika diorganisir secara baik dan jelas. Materi pesan yang disampaikan dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Biasanya seorang manager menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan, (tangan, kepala, mata dan anggota badan yang lainnya). Tujuan menyampaikan pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

3. Media (*Channel*)

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon dan media jejaring sosial. Media yang terdapat dalam komunikasi kelompok bermacam-macam jenis. Seperti rapat, seminar, pameran, diskusi panel, *workshop* dan lain-lain. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan *vested of interest*.

4. Mengartikan kode atau isyarat

Setelah pesan diterima melalui indra (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat mengartikan symbol atau kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dapat dimengerti atau dipahami. Komunikasi kelompok mempunyai suatu symbol, kode atau isyarat tersendiri yang menjadi ciri khas suatu kelompok yang hanya dimengerti oleh kelompok atau komunitas itu sendiri.

Komunikasikan Komunikasikan adalah orang yang menerima pesan yang dapat memahami pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti atau pesan yang dimaksud oleh pengirim. Dalam komunikasi kelompok komunikasikan bertatap muka dan bertemu langsung dengan komunikatornya. Sehingga seseorang bisa berkomunikasi secara langsung.

5. Respon

Respon adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Tanpa respon seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi manager atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah oesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Respon dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Respon yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan respon langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak. Respon bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikasikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

Dalam setiap aktivitas komunikasi, tentunya yang dibutuhkan adalah efektivitas dalam komunikasi yang berlangsung. Hal ini tanpa adanya pengecualian, termasuk komunikasi kelompok. Efektivitas komunikasi dalam segala aspek realitas komunikasi sangat dibutuhkan karena menjadi hal dapat menentukan pesan tersampaikan atau tidak.

2.3 Kohesivitas Kelompok

2.3.1 Definisi Kohesivitas Kelompok

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III tahun 2008, kohesi diartikan sebagai kekuatan tarik-menarik di antara molekul-molekul dalam suatu benda. Sedangkan dalam perspektif sosial, kohesi berarti hubungan yang erat; perpaduan yang kukuh; melekat satu sama lain, dan padu. Secara singkat kohesivitas bisa diartikan sebagai kekompakkan, soliditas, yang terangkum dalam sebuah kesatuan.

Kohesivitas merupakan suatu keselarasan dengan lingkungan fraksi yang dapat dikenali dengan terjalinya suatu kooperasi tim, interaksi antar individu, timbulnya tanggung jawab atas pekerjaan dan pandangan yang sama guna tercapainya tujuan kelompok, dengan kata lain kohesivitas berarti suatu kekuatan interaksi dari anggota dalam suatu kelompok. Pada saat ini kelompok kerja merupakan hal yang amat penting. Hal ini dikarenakan bekerja sendirian tidak lebih baik daripada bekerja dengan kelompok ataupun tim.

Menurut Collins dan Revan, kohesivitas kelompok didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok dan mencegah meninggalkan kelompok. Kohesivitas kelompok merupakan suatu

keadaan dimana kelompok memiliki solidaritas tinggi, saling bekerja sama dengan baik, dan memiliki komitmen bersama yang kuat untuk mencapai tujuan kelompok sehingga anggota kelompoknya merasa puas. Dalam kelompok yang kohesif anggotanya mempersepsi anggota kelompok yang lain secara positif sehingga konflik dan pertentangan selalu diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Baron & Byrne (2012) mengemukakan bahwa keterikatan antar anggota dalam sebuah unit yang koheren pada tingkatan tertentu merupakan sebuah kelompok. Dalam sebuah kelompok, hal yang membuat mereka bertahan yaitu kohesivitas.

Menurut Walgito (2003) dimensi fundamental yang berasal dari tatanan suatu kelompok dan dapat diyakini memiliki pengaruh pada perilaku kelompok biasa disebut sebagai kohesivitas kelompok. Secara universal kohesivitas kelompok bisa memunculkan sikap produktif dan kapasitas suatu kelompok yang lebih baik, perilaku konform pada nilai-nilai komunitas, membenahkan antusiasisme serta rasa puas dalam bekerja, memudahkan komunikasi di dalam kelompok, menurunkan permusuhan dan meningkatkan *self-esteem*.

Selanjutnya, Oktaviansyah (2008) melakukan sebuah penelitian memberikan hasil, yaitu tingkat ketertarikan oleh anggota dan kelompok yang kuat menunjukkan bahwasanya komunitas tersebut mempunyai kohesivitas yang tinggi, sehingga terwujud suatu iklim kerjasama yang baik, minat bekerja dan kenyamanan di tempat kerja. Selain hal itu, taraf kohesivitas turut memberi pengaruh pada komitmen organisasi dan dilihat dari keserasian komunitas terhadap organisasi.

Carron, Bray, & Eys (2001) menyatakan bahwa kohesivitas kelompok merupakan sebuah langkah aktif yang tampak pada komunitas yang memiliki kecenderungan akan keharmonisan serta sara bersatu terhadap tercapainya goal serta kepuasan individu dalam komunitas atau kelompok.

Tingkatan kohesivitas pada umumnya memiliki manfaat terhadap komunitas, dikarenakan kohesivitas kelompok turut memiliki arti kekuasaan, baik secara positif atau juga negatif, hal seperti ini dapat mengakibatkan individu dalam suatu komunitas tetap berada dalam suatu komunitas tersebut (Taylor, Peplau & Sears, 2009).

Menurut McDavid dan Harari, kohesivitas suatu kelompok dapat diukur dari ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain, ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok, dan sejauh mana anggotanya tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personalnya. Kelompok yang sangat kohesif mempunyai suasana yang mempertinggi umpan balik, dan arena itu mendorong komunikasi yang lebih efektif.

Sedangkan menurut Greenberg dan Baron (dalam Wibowo, 2016), kohesivitas menunjukkan kekuatan keinginan anggota kelompok untuk tetap menjadi bagian kelompok mereka. Kelompok kerja yang kohesif adalah kelompok dimana anggota saling tertarik satu sama lain, menerima tujuan kelompok dan membantu bekerja untuk mencapainya. Sebaliknya, dalam kelompok yang tidak kohesif, anggota saling tidak menyukai bahkan mungkin bekerja dengan tujuan yang berlawanan. Intinya, kohesivitas menunjukkan perasaan sebagai kita, perasaan jiwa satu kelompok, dan perasaan menjadi bagian dari kelompok.

Dampak dari perilaku yang kohesif para anggota adalah kelompok dapat mencapai misi organisasi dengan mudah. Hal senada juga dijelaskan oleh Jewel dan Siegall (1998), bahwa kohesivitas kelompok mengacu pada sejauh mana kelompok tertarik satu terhadap yang lain dan merasa menjadi bagian dari kelompok tersebut. Dalam kelompok yang kohesivitasnya tinggi, setiap anggota kelompok mempunyai komitmen yang tinggi untuk mempertahankan kelompok tersebut.

“kohesivitas yang dibangun dengan komunikasi sangat berpengaruh pada tingkah laku anggota kelompok. Semakin tinggi intensitas komunikasi dalam kelompok akan membuat semakin tinggi soliditas dan keterpaduan. Tingginya tingkat soliditas dan keterpaduan kelompok juga akan membuat semakin tinggi pula rasa saling memilikiantara anggota kelompok. Kohesivitas merupakan kekuatan yang saling tarik menarik di antara anggota-anggota kelompok. Ibaratnya, sepiring nasi di antara butir-butirnta saling melekat.”

Berikut adalah faktor-faktor yang menentukan kohesivitas kelompok menurut McDavid dan Harari:

1. Perilaku normatif yang kuat ketika individu diidentifikasi ke dalam kelompok yang diikuti.
2. Lamanya menjadi anggota kelompok. Semakin lama seseorang menjadi anggota kelompok akan memperlihatkan sifat kooperatif dan solidaritas yang tinggi.

Pakar lainnya menyatakan bahwa kohesi kelompok merupakan keadaan dimana para anggota kelompok saling menyukai dan saling mencintai satu sama lain. Kohesi merupakan rasa tertarik diantara para anggota. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesamaan sikap, nilai-nilai, sifat-sifat pribadi serta demografis dapat mempengaruhi tingginya kohesi yang ada dalam kelompok yang bersangkutan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, kohesivitas merupakan kekuatan interaksi dari anggota kelompok yang dicirikan dengan adanya kerja sama, komunikasi antar individu, memiliki pertanggungjawaban pada suatu kegiatan serta nilai yang sama agar terwujudnya tujuan komunitas.

2.3.2 Karakteristik Kohesivitas Kelompok

Kohesi kelompok dapat dikemukakan bahwa kelompok dengan tingkat kohesi tinggi, para anggotanya lebih banyak saling berinteraksi satu dengan yang lain, lebih kooperatif, masing-masing mengevaluasi lebih positif, dan lebih menyenangkan bila dibandingkan dengan kelompok yang tingkat kohesinya rendah (Penner dalam Walgito, 2003).

Disamping itu kohesi dalam kelompok mempunyai peran terhadap anggota dalam kelompok, mereka saling mempengaruhi, adanya konformitas yang tinggi dalam keputusan kelompok. disamping itu juga dapat dikemukakan bahwa kelompok dengan tingkat kohesi tinggi, para anggotanya lebih percaya satu dengan yang lain dan merasa lebih aman bila dibandingkan dengan kelompok dengan tingkat kohesi rendah (Penner dalam Walgito, 2003).

Kelompok yang mempunyai daya tarik tertentu dan komitmen bersama yang merupakan ciri kohesivitas yang kuat. Kohesivitas yang lebih besar terutama berkembang dalam kelompok yang relatif kecil dan mempunyai organisasi yang lebih bersifat kerja sama dari pada persaingan. Kesempatan saling berinteraksi antara para anggotanya secara lebih sering membantu berkembangnya kohesivitas kelompok tersebut. Kohesivitas yang lebih besar dalam kelompok yang mempunyai lebih banyak kemiripan sikap, nilai, sifat-sifat pribadi dan juga sifat-sifat

demografis akan merupakan pendukung tingginya tingkat kohesi kelompok menurut Festinger (dalam Walgito, 2003). Kelompok kohesif merupakan satu kesatuan dimana anggota-anggotanya menikmati interaksi antara mereka, dan mereka tetap bersatu dan bertahan dalam waktu yang lama. Adanya kesamaan persepsi anggota dalam masing-masing kelompok dan perbedaan persepsi dengan persepsi dari anggota dalam kelompok lain.

Kohesivitas dalam kelompok menciptakan suasana yang lebih sehat, karena orang-orang yang ada didalamnya lebih menaruh perhatian pada orang lain dengan berbagai cara yang lebih positif serta seseorang akan lebih berpengalaman dalam mengurangi kegelisahan dan ketergantungan. Seseorang dalam kohesivitas kelompok akan lebih siap menerima tujuan, keputusan, dan norma kelompok. selanjutnya, penyesuaian terhadap tekanan akan lebih banyak pada kohesivitas kelompok, sehingga penolakan individu pada tekanan tersebut akan melemah. Menurut Ahmadi (1991) didalam in-group anggota-anggotanya menunjukkan sentimen yang dalam, dalam bentuk perasaan cinta, simpati, intim, sikap solidaritas in-group kadang-kadang dibela mati-matian.

2.3.3 Faktor-faktor Kohesivitas Kelompok

Menurut Robbins (dalam Munandar, 2006) ada beberapa faktor yang menentukan tinggi rendahnya kohesivitas ,yaitu:

- a. Lamanya waktu bersama dalam kelompok, makin lama berada bersama dalam kelompok maka akan saling mengenal, makin dapat timbul sikap toleran terhadap yang lain. Dapat ditemukan atau bahkan dikembangkan minat baru yang sama.
- b. Penerimaan di masa awal, maksudnya semakin sulit seseorang diterima di dalam kelompok kerja sebagai anggota, makin lekat atau kohesif kelompoknya. Pada awal masuk biasanya para anggota kelompok yang lama menguji anggota baru dengan cara-cara yang khas oleh kelompoknya.
- c. Ukuran Kelompok, makin besar kelompoknya makin sulit terjadi interaksi yang intensif antar para anggotanya sehingga makin kurang kohesif kelompoknya, sebaliknya ukuran kelompok yang kecil memudahkan interaksi yang tinggi. Interaksi yang intensif antar para anggotanya, makin kurang lekat kelompoknya.
- d. Ancaman dari luar, kebanyakan penelitian mengatakan bahwa kelekatan kelompok akan bertambah jika kelompok mendapat ancaman dari luar.

Menurut Mc.Shane & Glinow (2003), faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok kerja, yaitu:

- a. Adanya Kesamaan

Kelompok kerja yang homogen akan lebih kohesif dari pada kelompok kerja yang heterogen. Karyawan yang berada dalam kelompok yang homogen dimana memiliki kesamaan latar belakang, membuat mereka lebih mudah bekerja secara objektif, dan mudah menjalankan peran dalam kelompok.

- b. Ukuran kelompok

Kelompok yang berukuran kecil akan lebih kohesif dari pada kelompok yang berukuran besar karena akan lebih mudah untuk beberapa orang untuk mendapatkan satu tujuan dan lebih mudah untuk melakukan aktifitas kerja.

c. Adanya interaksi

Kelompok akan lebih kohesif bila kelompok melakukan interaksi berulang antar anggota kelompok.

d. Ketika ada masalah

Kelompok yang kohesif mau bekerja sama untuk mengatasi masalah.

e. Keberhasilan kelompok

Kohesivitas kelompok kerja terjadi ketika kelompok telah berhasil memasuki level keberhasilan. Anggota kelompok akan lebih mendekati keberhasilan mereka dari pada mendekati kegagalan.

f. Tantangan

Kelompok kohesif akan menerima tantangan dari beban kerja yang diberikan. Tiap anggota akan bekerja sama menyelesaikan tugas yang diberikan, bukan menganggap itu sebagai masalah melainkan tantangan.

Steers (1991) mengemukakan faktor – faktor yang mempengaruhi kohesivitas yaitu sebagai berikut:

a. Keseragaman Kelompok

Makin seragam suatu kelompok dalam latar belakang dan karakteristik para anggotanya banyak memiliki kesamaan, maka makin tinggi kohesivitasnya.

b. Kematangan Kelompok

Kelompok cenderung lebih kohesif sejalan dengan waktu yang dilalui. Interaksi secara kontinu sepanjang periode waktu membantu anggota membangun kedekatan dalam hal pengalaman bersama

c. Ukuran Kelompok

Kelompok yang kecil mempermudah membangun kohesivitasnya, hal ini dimungkinkan karena semakin sedikit rupa-rupa pola interaksi antar anggotanya.

d. Frekuensi Interaksi

Kelompok yang memiliki kesempatan yang besar untuk berinteraksi cenderung menjadi lebih kohesif dibandingkan kelompok yang jarang sekali mengadakan pertemuan rutin.

e. Kejelasan Tujuan

Kelompok-kelompok yang enggan dengan jelas mengetahui apa yang berusaha mereka selesaikan akan menjadi lebih kohesif karena mereka merundingkan misi bersama-sama dan tidak ada konflik dalam misi mereka.

f. Persaingan dan Ancaman dari luar

Ketika kelompok merasakan adanya ancaman dari luar, mereka cenderung untuk bersatu lebih dekat.

g. Kesuksesan

Kesuksesan kelompok dalam tugas sebelumnya seringkali meningkatkan kohesivitas dan perasaan “kami melakukan bersamasama”.

Faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok menurut Lott dan Lott (dalam Forsyth, 2010:123) yaitu:

a. Kedekatan

Kedekatan fisik dan psikologis sesama anggota kelompok juga dapat mempengaruhi kohesivitas anggota kelompok. (Bordena dan Horowitz, dalam Hermaini dkk, 2016:28)

b. Frekuensi interaksi

Interaksi yang terjadi di dalam kelompok karena adanya kerjasama, bukan karena persaingan. (Faturochman, dalam Hermaini dkk, 2016: 29)

c. Kesamaan

d. Kelengkapan

e. Hubungan timbal balik

f. Saling memberikan penghargaan

Selanjutnya Robert A. Baron dan Donny Byrne (dalam Hermaini dkk, 2016: 30) yang memengaruhi kohesivitas antara lain:

a. Status di dalam kelompok, kohesivitas sering kali lebih tinggi pada diri anggota dengan status yang lebih tinggi daripada yang rendah.

b. Usaha yang dibutuhkan untuk masuk ke dalam kelompok makin besar usaha, makin tinggi kohesivitas.

c. Keberadaan ancaman eksternal atau komitmen anggota pada kelompok

d. Ukuran, kelompok kecil cenderung untuk lebih kohesif daripada yang besar.

2.3.4 Komponen Kohesivitas Kelompok

Forsyth (2010), menjelaskan bahwa kohesivitas kelompok tidak sederhana sebagaimana proses yang berdiri sendiri, tetapi memiliki proses yang multi komponen dengan indikator yang bervariasi, komponen tersebut adalah:

- a. *Social cohesion*, yakni daya tarik anggota kelompok dalam membentuk sebuah kelompok sebagai suatu keseluruhan yang diindikasikan dengan saling menyukai antar anggota dan memiliki kebanggaan terhadap kelompok.
- b. *Task cohesion*, yakni kesatuan anggota kelompok yang saling mendukung untuk mencapai tujuan yang diindikasikan dengan kerjasama yang ditunjukkan kelompok dan keyakinan akan kemampuan kelompok.
- c. *Perceive cohesion*, yakni kesatuan anggota kelompok yang diindikasikan dengan perasaan kebersamaan antar anggota kelompok dan menganggap diri sebagai bagian dari kelompok.
- d. *Emotional cohesion*, yakni sebagai intensitas afektif, nada afektif positif dalam membentuk kesatuan kelompok yang diindikasikan dengan saling membantu antar kelompok, memberikan pendapat yang membangun dan mengembangkan kinerja pribadi untuk mendukung kinerja kelompok

2.3.5 Aspek-aspek Kohesivitas Kelompok

Forsyth (2006) memberi pengertian mengenai aspek kohesivitas, yaitu terdapat empat aspek sebagai berikut:

a. Kekuatan sosial: dorongan internal seseorang agar dapat tidak terpisahkan oleh komunitas atau kelompok. selalu berada dalam kelompoknya. Atau dapat juga diartikan sebagai desakan atau dorongan dari setiap individu terhadap organisasi ataupun kelompoknya untuk tetap berada dalam kelompok/komunitas tersebut.

b. Kesatuan dalam kelompok: rasa yang timbul untuk kepemilikan satusama lain pada kelompok atau komunitasnya serta mempunyai rasa yang saling terkait dengan keanggotaannya dalam kelompok. Kesatuan dalam kelompok juga dapat diartikan sebagai kumpulan manusia yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Kelompok diciptakan oleh anggota masyarakat. Kelompok juga dapat memengaruhi perilaku para anggotanya.

c. Daya Tarik: Daya tarik ini merupakan rasa antusias kerja yang dimiliki kelompok hingga memberikan dampak yang bermanfaat pada progres terhadap serta kemaslahatan komunitas guna pencapaian sebuah goal.

d. Kooperasi Kelompok: Seseorang mempunyai minat yang lebih besar guna bekerja secara bersama-sama untuk dapat mencapai tujuan/goal dalam sebuah kelompok.

Aspek-aspek kohesivitas kelompok yang dikemukakan oleh Gibson, J. L. (2003) yakni:

a. Integrasi kelompok dalam tugas merupakan tanggapan individu-individu dalam kelompok terhadap persamaan dan kedekatan tim dalam menyelesaikan tugas. Integrasi kelompok adalah sebuah proses sosial individu atau kelompok yang berusaha memenuhi gol melawan lawan yang disertai dengan ancaman dan/ atau kekerasan.

b. Integrasi kelompok secara sosial merupakan tanggapan individu-individu dalam komunitas pada kelekatan dan keakuran anggota didalam kegiatan sosial.

c. Rasa tertarik individu terhadap tugas kelompok merupakan tanggapan individu-individu dalam komunitas pada keikutsertaan terhadap group task. Dengan kata lain, yaitu keikutsertaan seseorang dalam suatu komunitas atau kelompok terhadap tugas yang ada.

d. Ketertarikan individu terhadap kelompoknya secara sosial merupakan persepsi individu-individu dalam suatu komunitas pada keikutsertaan hubungan sosial dalam kelompok tersebut. Rasa tertarik sosial mengarah pada rasa yang muncul kepada individu lain. Rasa tersebut berupa perasaan suka maupun perasaan tidak suka. Perasaan ini memiliki maksud guna menetapkan penilaian seseorang ataupun sebuah komunitas yang positif dan memiliki tujuan guna pendekatan serta bertingkah laku secara positif terhadap seorang individu atau kelompok.

Dari penguraian aspek di atas maka diperoleh kesimpulan, yaitu kohesivitas mempunyai empat aspek. Aspek itu ialah: kekuatan sosial, kesatuan dalam kelompok, daya tarik, kerjasama kelompok yang memiliki pengaruh terhadap kohesivitas kelompok.

2.3.6 Ciri-ciri Kohesivitas Kelompok

Menurut Faturochman (dalam Qomaria dkk, 2015: 79), sebuah kelompok dikatakan kohesif bila memiliki beberapa ciri-ciri berikut:

a. Komitmen yang tinggi

Suatu keadaan dimana seseorang anggota memihak organisasi tertentu serta tujuan tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut.

b. Kerjasama yang baik antar anggota

Interaksi di dalam kelompok oleh kerja sama, bukan oleh persaingan

c. Mempunyai tujuan di dalam kelompok

Kelompok mempunyai tujuan-tujuan yang terkait satu dengan lainnya dan sesuai dengan perkembangan waktu tujuan yang dirumuskan meningkat.

d. Ketertarikan antar anggota

Ada ketertarikan antara anggota sehingga relasi yang terbentuk menguatkan jaringan relasi di dalam kelompok.

Kemudian menurut Berg dan Landreth (dalam Hermaini dkk, 2016: 19) mengemukakan bahwa individu-individu anggota kelompok yang kohesif menunjukkan perilaku antara lain:

- a. Lebih produktif. Anggota yang berpartisipasi aktif dalam mengelola kelompok, dengan adanya visi-misi untuk mencapai tujuan kelompok.
- b. Tidak mudah kena pengaruh-pengaruh negatif dari luar
- c. Lebih terbuka terhadap pengaruh-pengaruh anggota lain
- d. Mampu mengungkapkan hal-hal yang lebih pribadi, dan
- e. Lebih mampu mengekspresikan perasaan-perasaan negatif dan mengikuti norma-norma kelompok.

Hermaini dkk (2016: 29) menjelaskan ciri-ciri dari kohesivitas kelompok adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat kepuasan makin besar. Kohesivitas kelompok erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif kelompok makin besar tingkat kepuasan anggota kelompok. (Gitosudarmo dan Sudita dalam Arninda dan Safitri, 2010)
- b. Anggota merasa aman dan terlindungi Kelompok yang kohesif anggota merasa aman dan terlindungi, sehingga komunikasi menjadi bebas, dan lebih terbuka. (Gitosudarmo dan Sudita dalam Arninda dan Safitri, 2010).
- c. Komunikasi yang efektif. Kelompok yang kohesif anggota merasa aman dan terlindungi, sehingga komunikasi menjadi bebas, dan lebih terbuka. (Gitosudarmo dan Sudita dalam Arninda dan Safitri, 2010)
- d. Makin mudah terjadi konformitas
- e. Pada norma kelompok dan makin tidak toleran pada devian.

Dapat disimpulkan bahwa kohesivitas yang tinggi apabila memiliki ciri-ciri tingkat kepuasan pada kelompok semakin besar, memiliki komitmen anggota yang tinggi, kerjasama yang baik antar anggota, mempunyai tujuan pada kelompok, ketertarikan antar anggota, produktif di dalam kelompok, komunikasi yang efektif.

2.4 Supermoto Indonesia

Supermoto Indonesia adalah suatu komunitas sepeda motor, berawal dari kecintaan dan ketertarikan yang sama terhadap motor trail yang beraliran

supermoto. Supermoto adalah jenis sepeda motor trail yang dirubah menggunakan ban aspal dan dapat digunakan di jalanan umum. kelompok ini berdiri untuk mewadahi anggota-anggota yang memiliki hobi sama. Perkumpulan ini bermula pada tahun 2006 di Jakarta dan memulai MUNAS (musyawarah nasional) pertama mereka pada tanggal 28 Januari 2017 bertempat di Ballroom Hotel Kaisar, Jl. Duren Tiga Jakarta Selatan.

