

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas manusia yang mendasar. Komunikasi memudahkan manusia untuk terhubung satu sama lain di rumah, di tempat kerja, di komunitas, atau di mana pun. Tidak ada orang yang tidak berpartisipasi dalam komunikasi, dan komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia dan perkembangan ilmu pengetahuan. Komunikasi juga membentuk suatu sistem sosial yang saling membutuhkan, sehingga komunikasi tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Secara etimologis, menurut Roudhonah dalam buku “Ilmu Komunikasi” dibagi menjadi beberapa kata, antara lain “communicare” yang berarti ikut serta, dan Communis opinion yang berarti pendapat umum. Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam “*Introduction to Communication Science*” menyatakan bahwa “communication atau komunikasi dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin Communis yang artinya melakukan hal yang sama”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sejenis transfer informasi, tujuannya adalah untuk menyamakan persepsi atau makna antara komunikator dan komunikan. Sementara banyak ahli tentang "istilah" telah berusaha untuk mendefinisikannya,

termasuk Hovland, Janis, dan Kelley, sebagaimana Forsdale menyebutnya, "komunikasi adalah proses di mana individu secara verbal mengirim rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain." Menurut Laswell bahwa "komunikasi itu merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya).

John B. Hoben mendalilkan bahwa komunikasi (harus) berhasil "Komunikasi adalah pertukaran ide atau gagasan secara verbal". Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikator melalui suatu media, yang tujuannya adalah untuk membentuk suatu pengertian yang sama di antara mereka, dan informasi yang dikomunikasikan akan memberikan efek tertentu kepada komunikator.

Komunikasi adalah pemindahan informasi dari satu tempat ke tempat lain dengan menyampaikan informasi, ide, emosi, keterampilan, dan informasi lainnya melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, angka, dan grafik, serta ucapan dan tulisan yang meyakinkan. Komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*) melalui suatu media (saluran) yang biasanya terganggu (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi harus disengaja dan membawa perubahan.

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris, berasal dari kata *communis* yang artinya sama, dan *same* disini artinya sama. Misalnya, dalam bentuk percakapan, komunikasi terjadi atau berlanjut selama ada kesamaan makna dengan apa yang sedang dibahas. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah suatu usaha sistematis untuk merumuskan secara tegas prinsip-prinsip yang menyampaikan informasi dan membentuk opini serta sikap.

Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan tidak serta merta mengarah pada makna yang sama. Dengan kata lain, hanya memahami bahasa tidak berarti memahami apa yang disampaikan. Jelas, dialog antara keduanya dapat dikatakan sebagai komunikasi. Lebih lanjut Hoffland mencontohkan bahwa konotasi anjing adalah binatang najis bagi para pendeta, pembunuh penguntit bagi polisi, dan teman sekamar di kala sepi bagi seorang aktivis HAM Amerika.

Selanjutnya menurut penjelasan Eduard de Parry, komunikasi adalah proses penyampaian pikiran, harapan, dan informasi melalui simbol-simbol tertentu yang mengandung makna, yang dilakukan oleh pengirim informasi dan dikirimkan kepada penerima informasi. Tujuan pesan di sini adalah untuk menyampaikan tugas melalui komunikasi langsung atau tatap muka dengan penerima pesan. Komunikasi adalah hubungan antara orang-orang, baik individu maupun kelompok. Disadari atau tidak, dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi itu sendiri merupakan bagian dari kehidupan manusia.

Menurut Wilbur Schram, jika kita berkomunikasi, maka kita harus mencapai kesetaraan dengan orang lain. Kita tahu bahwa pada dasarnya komunikasi adalah sebuah proses. Sebuah proses komunikasi yang dinamis daripada statis. Menurut Cherry, kata berkomunikasi berasal dari bahasa latin communis yang berarti menciptakan kesatuan atau menciptakan kesatuan antara dua orang atau lebih, dan communis yang berarti berbagi.

Berdasarkan definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pemindahan informasi, ide atau informasi dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi adalah suatu transaksi, suatu proses simbolik yang menuntut orang untuk mengatur lingkungannya sendiri, membangun hubungan antar sesama melalui pertukaran informasi untuk memperkuat sikap dan perilaku orang lain, dan berusaha mengubah sikap orang lain.

Adapun komunikasi menurut para ahli diantaranya yaitu :

1. Thomas M. Sheddell. Menurutnya, manusia biasanya berkomunikasi dan mendukung identitas diri mereka dan menciptakan interaksi sosial dengan orang-orang di sekitar mereka dan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, merasa atau bertindak seperti yang diharapkan.
2. Rudolf F. Widberg. Dalam pandangannya, komunikasi memiliki fungsi, yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Fungsi sosial dirancang untuk bersenang-senang,

menunjukkan koneksi, dan membangun serta memelihara hubungan dengan orang lain. Dan fungsi pengambilan keputusan adalah memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada waktu tertentu.

3. Gordon Zimmerman. Komunikasi, jelasnya, membantu setiap tugas penting yang kita butuhkan, serta menyediakan makanan dan pakaian untuk diri kita sendiri, memuaskan rasa ingin tahukita tentang lingkungan kita, dan menikmati hidup. Juga, hal terpenting dalam komunikasi adalah membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain di sekitar kita.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

1. Komunikator

Dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan penting, karena dipahami atau tidaknya pihak lain tergantung dari cara komunikator berkomunikasi. Komunikator bertindak sebagai *encoder*, yaitu sebagai orang yang merumuskan informasi dan kemudian mengkomunikasikannya kepada orang lain, sedangkan orang yang menerima informasi bertindak sebagai komunikator sebagai *decoder*, yaitu sebagai simbol yang menerjemahkan informasi dalam konteks mereka sendiri. memahami.

Sinonim makna sangat bergantung pada komunikator, sehingga diperlukan syarat-syarat bagi komunikator, antara lain:

- 1) Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikator.

- 2) Keterampilan komunikasi.
- 3) Memiliki pengetahuan yang luas.
- 4) Sikap.
- 5) Berpenampilan menarik dengan kemampuan mengubah sikap atau pengetahuan komunikator.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah informasi yang akan dikirimkan kepada penerima. Pesan ini bisa verbal atau non-verbal. Pesan lisan dapat berbentuk tulisan, seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan telepon, siaran, dan sejenisnya. Informasi nonverbal dapat berupa gerak tubuh, gerak tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi.

Ada banyak bentuk pesan, antara lain:

- 1) Informatif, yaitu memberikan informasi dan kemudian komunikator dapat menarik kesimpulannya sendiri.
- 2) Persuasi, yaitu menggunakan bujukan untuk membangkitkan pemahaman dan kesadaran seseorang, yaitu apa yang kita sampaikan akan memberikan suatu bentuk pendapat atau sikap, sehingga terjadi suatu perubahan, tetapi perubahan tersebut merupakan kehendak sendiri.

- 3) Koersif, yaitu penggunaan sanksi. Bentuk ini disebut agitasi, yaitu penekanan menimbulkan tekanan internal terhadap sesama dan masyarakat.

Ketiga bentuk informasi ini sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan komunikasi informasi oleh guru dalam kegiatan mengajar, dan penggunaan komunikasi paksa jika siswa tidak mengetahui aturannya.

3. Media

Media adalah sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan informasi atau informasi kepada komunikator, atau alat yang digunakan untuk memberikan umpan balik dari komunikator kepada komunikator. Medium sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang berarti perantara, pemancar, atau penyalur.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi tujuan pengiriman sumber pesan. Penerima dapat terdiri dari satu orang atau lebih dan dapat berupa kelompok, partai politik atau negara. Penerima sering disebut dengan berbagai istilah, seperti audiens, target, penyebar, atau dalam bahasa Inggris, audiens atau penerima. Dalam perjalanan komunikasi, telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah hasil dari keberadaan sumber. Jika tidak ada sumber, tidak ada penerima.

Penerima merupakan unsur penting dalam proses komunikasi karena ia adalah objek komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, maka dapat menimbulkan berbagai macam masalah, baik pada sumbernya, pesannya maupun salurannya, yang perlu sering diubah.

Komunikasi yang efektif harus didukung oleh komunikator dan komunikan. Komunikator harus mampu mendengarkan dan memahami pesan yang disampaikan. Begitu pula sebaliknya, komunikan harus mampu menyampaikan pesan yang baik.

5. Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan cara penerima berpikir, merasa dan berperilaku sebelum dan sesudah menerima pesan, dan pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh juga dapat diartikan sebagai perubahan atau penguatan persepsi penerima informasi terhadap sikap dan perilakunya sendiri.

Dampak dapat dikategorikan menurut tingkatannya, yaitu:

- 1) Pengaruh kognitif, yang ditimbulkan pada komunikator untuk membuatnya mengerti — atau meningkatkan kecerdasannya.
- 2) Pengaruh efektif lebih tinggi daripada pengaruh komunikan Tahu, tetapi ia akan tergerak hatinya sehingga

menimbulkan perasaan tertentu, seperti kasihan, terharu, sedih, bahagia, marah dan perasaan lainnya.

- 3) Pengaruh perilaku (konatif), tingkat tertinggi, tampak pada komunikator dalam bentuk perilaku, tindakan atau aktivitas.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut William I. Gordon (Mulyana, 2005), ada empat fungsi komunikasi, yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental.

1. Komunikasi Sosial

Komunikasi sebagai fungsi komunikasi sosial berarti bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, realisasi diri, kelangsungan hidup, mencapai kebahagiaan, menghindari stres dan ketegangan, dll, melalui komunikasi menghibur, dan mempromosikan hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi, kami bekerja sama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

Tanpa komunikasi, orang tidak akan mengetahui pedoman untuk memahami dan menjelaskan situasi mereka. Ia tidak akan makan, minum, berbicara, dan memperlakukan orang lain secara beradab, karena perilaku tersebut harus dipelajari dari pola asuh dan hubungan dengan orang lain, yang pada dasarnya adalah komunikasi.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif, baik secara individu maupun kolektif, erat kaitannya dengan komunikasi sosial. Komunikasi ekspresif tidak secara otomatis dirancang untuk mempengaruhi orang lain, tetapi selama komunikasi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita, hal itu dapat dilakukan. Perasaan ini terutama disampaikan melalui pesan non-verbal. Misalnya, ibu-ibu mengungkapkan kasih sayang kepada anaknya melalui sentuhan, siswa melakukan mogok makan untuk memprotes kebijakan pemerintah, dan sebagainya. Puisi, lagu, tarian, lukisan, pertunjukan dramatik juga merupakan bentuk ekspresi dari fungsi komunikasi.

3. Komunikasi Ritual

Terkait erat dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Upacara kelahiran, khitanan, ulang tahun, pertunangan, siraman, perkawinan, upacara kematian, doa-doa, misa, upacara bendera adalah contoh komunikasi ritual. Selama peristiwa ini, orang biasanya mengatakan sesuatu atau melakukan beberapa perilaku simbolis. Komunikasi ritual sering kali juga ekspresif, misalnya: orang menangis dan berdoa, dan bahkan dalam kasus yang ekstrem, samurai melakukan bunuh diri karena melakukan kesalahan.

Kegiatan ritual memungkinkan peserta untuk berbagi komitmen emosional yang bertindak sebagai perekat kohesi dan

dedikasi kepada tim. Yang terpenting dari kegiatan ritual tersebut bukan bentuknya, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat, diakui, dan diterima oleh kelompok, bahkan oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri, yang bersifat abadi.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan menghibur. Kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (persuasi).

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, politik, yang antara lain dapat diperoleh melalui pengelolaan kesan (impression management), yaitu taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian bagus, dan sebagainya. Taktik itu sering bisa kita lihat, misalnya saat orang melakukan

kampanye politik. Tujuan jangka panjang dapat dicapai lewat keahlian berkomunikasi, misalnya keahlian pidato, berunding, berbahasa asing, atau keahlian menulis.

Kedua tujuan tersebut berkaitan, dalam arti bahwa pengelolaan kesan secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya dalam memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan. Thomas Harrel, seorang profesor bidang bisnis di Stanford university, mengutip pendapat John Callen, bahwa hal terpenting bagi seorang *Chief Executive Officer (CEO)* sesudah keahliannya adalah kemampuan berkomunikasi.

Keempat fungsi diatas tidaklah benar-benar terpisah satu sama lain, melainkan saling berhubungan, walaupun tetap ada satu fungsi yang dominan.

2.1.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikatornya menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikannya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antarmanusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Penginterpretasian

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan atau masih abstrak. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut interpreting.

2. Penyandian

Tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai encoder, alat penyandi : merubah pesan abstrak menjadi konkret.

3. Pengiriman

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengiriman pesan.

4. Perjalanan

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.

5. Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

6. Penyandian balik

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (decoding).

7. Penginterpretasian

Tahap ini terjadi pada komunikan, sejak lambang komunikasi berhasil diurai kan dalam bentuk pesan.

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses komunikasi secara primer Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.
2. Proses komunikasi secara sekunder Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang

sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1984: 11-17).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

2.1.5 Hambatan Komunikasi

Menurut Fajar (2009), terdapat beberapa hambatan dalam komunikasi, yaitu:

- a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional sehingga mempengaruhi motivasi, yaitu mendorong seseorang untuk bertindak sesuai keinginan, kebutuhan atau kepentingan.
- b. Hambatan dalam penyandian/simbol. Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, simbol yang digunakan antara si pengirim dengan si penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.

- c. Hambatan media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.
- d. Hambatan dalam bahasa sandi. Hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh si penerima.
- e. Hambatan dari penerima pesan. Misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

Wursanto (2005) meringkas hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu:

1) Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti:

- a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi
- b. Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai
- c. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/ keadaan, dan kondisi peralatan.

2) Hambatan semantik

Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.

3) Hambatan perilaku

Hambatan perilaku disebut juga hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti :

- a. Pandangan yang sifatnya apriori
- b. Prasangka yang didasarkan pada emosi
- c. Suasana otoriter
- d. Ketidakmauan untuk berubah
- e. Sifat yang egosentris

2.2 Tinjauan tentang Efektivitas Komunikasi

2.2.1 Pengertian Efektivitas

Kata efektivitas menurut bahasa Inggris adalah effective yang artinya berhasil jadi efektivitas ialah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan.

Kusdi (2009: 92) mendefinisikan efektivitas merupakan sejauh mana suatu organisasi, lembaga, atau individu untuk mampu

menyelesaikan tujuannya. Ada empat pendekatan yang berkembang untuk menetapkan kriteria efektivitas, yaitu:

a. Pendekatan Sasaran

Pada pendekatan ini menekankan bahwa suatu organisasi atau kegiatan dapat dikatakan efektif apabila mampu mewujudkan suatu tujuannya dengan baik. Pendekatan ini mengukur sejauh mana suatu lembaga berhasil menyelesaikan sasaran yang hendak dicapai

b. Pendekatan Sistem

Pendekatan lebih menekankan pada suatu proses, dapat didefinisikan bahwa efektivitas sebagai kemampuan suatu organisasi untuk memperoleh input, memproses secara input dan menyalurkan hasil output juga mempertahankan stabilitas.

c. *Strategic Constituency*

Dapat didefinisikan bahwa efektivitas organisasi merupakan kemampuan untuk memuaskan berbagai tuntutan konstitusi, yaitu pihak yang secara strategis menentukan kelangsungan hidup organisasi.

d. *Competing Value*

Pada pendekatan ini dapat didefinisikan bahwa setiap organisasi memiliki preferensi tentang titik berat ukuran efektivitas. Pendekatan ini menemukan empat tipe ukuran efektivitas yang masing-masing dapat disesuaikan dengan

organisasi, tergantung dari jenis organisasi agar tercapai sasaran dan tujuan yang sudah ditetapkan.

Ravianto (2014:11) menjelaskan bahwa efektivitas merupakan suatu pekerjaan yang dapat menghasilkan keluaran yang sesuai dengan apa yang diharapkan, dapat disimpulkan bahwa efektivitas itu suatu pekerjaan yang dilakukan dengan baik yang sesuai dengan waktu dan target yang telah ditentukan. Rahman (2016:331-347) mengemukakan bahwa efektivitas merupakan kemampuan dalam memilih suatu peralatan untuk mencapai suatu tujuan.

Masruri (2014:4) menyatakan efektivitas ialah suatu pekerjaan yang dilakukan, berhasil dan sesuai dengan apa yang kita harapkan. Dapat kita simpulkan bahwa apabila pekerjaan sesuai dengan waktu dan perencanaan maka bisa dikatakan efektif. Muasaroh dalam Susanti (2016:18) Mendefinisikan bahwa efektivitas dapat kita lihat dari beberapa aspek antara lain, yakni:

- a. Tugas dan fungsi dalam suatu instansi bisa dikatakan efektivitas apabila sesuai dengan tugas dan fungsi yang kerjakan secara baik dan bisa diterima.
- b. Rencana program dalam melaksanakan suatu perencanaan atau program bisa efektif jika sanggup untuk dikerjakan
- c. Peraturan dalam sebuah instansi ada aturan yang dibuat untuk menentukan proses pelaksanaan program
- d. Tujuan kondisi merupakan pencapaian suatu tujuan program.

Efektivitas tidak boleh lepas dari faktor tujuan, faktor manusia, faktor nilai-nilai dan faktor sistem organisasi dapat dihubungkan dengan kondisi waktu, target, jumlah, dan kualitas. Dengan demikian efektivitas ternyata bersifat multidimensional, sehingga strategi yang dipilih untuk meningkatkan efektivitas tergantung pada kekhususan atau spesifikasi faktor dari permasalahan yang hendak dipecahkan yang perlu digaris bawahi bahwa sesuatu yang efektif belum tentu efisien, demikian sebaliknya sesuatu yang efisien belum tentu efektif, namun perlu ditegaskan kembali bahwa jika suatu kegiatan atau aktivitas telah terbukti tidak efektifnya maka tidak perlu lagi mempersoalkan efisiensinya.

2.2.2 Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi ialah suatu keadaan untuk menunjukkan tingkat keberhasilan sedangkan komunikasi adalah proses untuk penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan yang menghasilkan efek. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa efektivitas komunikasi suatu proses penyampaian suatu pesan antara komunikator dan komunikan dan menghasilkan umpan balik.

Menurut Cutlip (2006: 357-358) dalam buku *Public Relations* terdapat tiga elemen komunikasi yang penting dalam sebuah program *public relations* yaitu sumber pengirim (komunikator) pesan dan tujuan (penerima). Komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi dari semua pihak ketiga elemen dengan mempertimbangkan prinsip utama dalam

mengimplementasikan program *public relations* untuk mengukur efektivitas komunikasi.

1) Komunikator adalah seseorang individu yang sedang berbicara, menulis, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. Dalam komunikator menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan menjadi komunikator. Adapun Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator adalah memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya, Ketrampilan berkomunikasi, Mempunyai pengetahuan yang luas, dan sikap. Komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung.

2) Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan yang hendaknya berisi inti pesan sebagai pengaruh dalam mencoba dan mengubah tingkah laku komunikan, pesan dapat disampaikan secara panjang lebar namun perlu diperhatikan dan diarahkan pada tujuan akhir dari komunikasi menurut Suryanto (2015:177) menyatakan bahwa pesan yang akan disampaikan yaitu pesan harus direncanakan dan pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh audiens.

3) Audiens adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Komunikan mempunyai fungsi sebagai decoder menerjemahkan lambang-lambang pesan ke dalam konteks pengertiannya sendiri. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Komunikan haruslah mengikuti dan menyesuaikan diri dengan proses komunikasi agar tidak terjadi hambatan-hambatan sehingga tercapai pada tujuan komunikasi.

Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran. Komunikasi akan berhasil baik jika pesan yang disampaikan sesuai dengan rangka dan pengetahuan dan lingkup pengalaman komunikan.

1. Komunikasi efektif

Komunikasi efektif perlu direncanakan dengan memperhatikan situasi, waktu, dan tempat. Permasalahan yang sering dihadapi PR adalah kita menempatkan manusia akan benda yang mudah dikumpulkan lalu diberi penjelasan supaya mereka dapat mengetahui sesuatu, dianggap cukup untuk

menjaga permasalahan tersebut. Empat hal yang perlu untuk diperhatikan sebagai berikut.

- a) Publik adalah manusia jadi mereka tidak pernah bebas dari pengaruh apa saja
- b) Manusia cenderung memperhatikan, membaca dan mendengarkan pesan yang sesuai dengan kebutuhan yang mereka butuhkan.
- c) Banyaknya beragam media yang menimbulkan efek
- d) Media massa dapat memberikan efek yang besar untuk publik dan juga kelompok.

Dengan berkembangnya teknologi, interaksi kepada seseorang atau masyarakat semakin meningkat dan jangkauannya begitu luas. Komunikasi yang secara langsung, dan komunikasi melalui media massa yang digunakan untuk mendapatkan efektivitas, jadi komunikasi yang selalu digunakan untuk saling mengisi. Untuk membantu komunikasi supaya bisa berjalan secara efektif hal yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi adalah kemampuan untuk menganalisis dan mengamati persoalan, menarik perhatian, mempengaruhi pendapat dan selalu menjalin hubungan serta saling percaya.

2. Metode komunikasi efektif

Komunikasi merupakan pemaknaan dalam hubungan manusia, melalui komunikasi memanusiakan manusia, sehingga komunikasi tidak bisa dilepaskan pada kehidupan manusia. Untuk menghasilkan suatu komunikasi yang efektif dimulai dari perilaku komunikan dan komunikator.

Arifin (2011:246) metode komunikasi yang efektif sebagai berikut:

a) *Redundancy (repetiton)*

Mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan yang disampaikan ke khalayak. Pada metode ini banyak manfaat yang dapat diambil yang pertama manfaat khalayak akan lebih memperhatikan apabila yang disampaikan diulang-ulang sehingga ia lebih memfokuskan perhatian, dan memanfaatkan yang kedua khalayak tidak mudah melupakan hal yang penting disampaikan secara berulang-ulang. Pada metode ini komunikator memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan yang tidak sengaja dalam penyampaian pesan sebelumnya.

b) *Canalizing*

Untuk mempengaruhi khalayak haruslah lebih dahulu mengerti tentang kerangka referensi dan lapangan pengalaman pada khalayak kemudian menyusun pesan dan metode yang akan digunakan. Komunikator menyediakan saluran-saluran atau motif yang ada pada khalayak, dan juga termasuk proses canalizing ialah memahami dan meneliti kelompok atau individu.

c) *Informative*

Di dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang sifatnya informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan terlebih dahulu. Penerangan yang disampaikan berupa suatu pesan yang sesuai fakta dan data-data yang benar sehingga komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai, menimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran yang sehat.

d) *Persuasive*

Ialah mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Pada metode persuasif yaitu suatu cara

untuk mempengaruhi komunikasi dan tidak diberi kesempatan untuk berfikir secara kritis. Bahkan khalayak tersebut secara tidak sadar (*suggestive*), dengan demikian metode ini komunikator terlebih dahulu untuk menciptakan situasi dimana komunikan akan mudah terkena sugesti (*suggestible*).

e) Metode Pendidikan

Pada metode ini khalayak dapat dipengaruhi dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman metode ini disebut metode mendidik. Mendidik merupakan memberikan suatu ide kepada khalayak dari segi kebenarannya dengan sengaja dan bertujuan untuk mengubah tingkah laku manusia.

2.3 Tinjauan tentang Twitter

2.3.1 Pengertian Twitter

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter akan tetapi pada tanggal 07 November 2017 bertambah hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli.

Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet." Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di Twitter, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Lonjakan penggunaan Twitter umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. Pada awal 2013, pengguna Twitter mengirimkan lebih dari 500 juta kicauan per hari, dan Twitter menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari. Hal ini menyebabkan posisi Twitter naik ke peringkat kedua sebagai situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi di dunia, dari yang sebelumnya menempati peringkat dua puluh dua.

Tingginya popularitas Twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi darurat. Twitter juga dihadapkan pada berbagai masalah dan kontroversi seperti masalah keamanan dan privasi pengguna, gugatan hukum, dan penyensoran.

Twitter dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter, Inc., yang berbasis di San Francisco, dengan kantor dan peladen tambahan terdapat di New York City, Boston, dan San Antonio. Hingga Mei 2015, Twitter telah memiliki lebih dari 500 juta pengguna, 302 juta di antaranya adalah pengguna aktif.

Pada 25 April 2022, dewan direksi Twitter menyetujui pembelian \$44 miliar oleh Elon Musk, CEO SpaceX dan Tesla, Inc., yang berpotensi menjadikannya salah satu kesepakatan terbesar untuk mengubah perusahaan menjadi pribadi.

2.3.2 Sejarah Singkat Twitter

Twitter merupakan layanan internal yang digunakan karyawan Odeo. Odeo merupakan perusahaan podcast besutan Noah Glass dan Evan Williams. Nama terakhir yang disebut bukanlah pemain baru di dunia teknologi. Evan Williams adalah pendiri Blogger, platform blog yang kemudian dijual kepada Google. Setelah menjual Blogger kepada Google, Williams kemudian mendirikan Odeo bersama rekannya, Noah Glass. William juga membawa seorang rekan dari Google yakni Biz Stone. Odeo yang didirikan Williams dan Glass, tidak berjalan mulus ketika Apple mengumumkan platform podcast untuk iPod pada 2005 dan pasar mereka kian tergerus.

Untuk mencari ide baru, mereka menggelar hackathon untuk karyawan internal Odeo. Kala itu, para karyawan bahkan diminta untuk menunda pengerjaan tugas normal mereka dan membuat proyek baru. Dari sanalah ide membuat Twitter muncul. Jack Dorsey yang juga merupakan karyawan Odeo mengemukakan gagasannya membuat Twitter. Pada hackathon terakhir, Dorsey membuat gambaran umum dan visi awal platformnya. Williams, Glass, dan Stone menyukai gagasan tersebut, bahkan mereka kemudian menghabiskan waktu satu hari untuk mencari nama yang cocok dari kamus. Dari sinilah keempat orang ini menjadi sosok pendiri Twitter.

"Akhirnya kami memilih kata 'Twitter'. Definisinya adalah 'ledakan singkat informasi yang tidak penting', dan 'kicauan burung'. Seperti itulah wujud produk ini," kata Dorsey dalam artikel yang dimuat Los Angeles Times pada 2009.

2.3.3 Manfaat Twitter

Pertumbuhan pengguna Twitter yang meningkat dari waktu ke waktu tentu memiliki banyak manfaat. Meskipun banyak kontroversial terjadi, namun yang pasti Twitter telah menjadi acuan dalam sebuah bahasan menarik yang sedang terjadi, entah dalam dunia politik, bisnis, ekonomi, sosial, hingga hiburan.

Berikut beberapa manfaat yang pengguna dapatkan ketika menggunakan Twitter:

1. Media Berbagi dan Bertukar Informasi

Platform sosial media pasti memiliki manfaat sebagai media interaksi dan bertukar informasi. Twitter menghubungkan pengguna satu dengan pengguna lain secara publik dan dapat saling berbagi informasi dalam bentuk tulisan, foto, hingga video. Layaknya sosial media, pengguna dapat saling membalas tulisan sesuai dengan topik bahasan yang sedang terjadi.

2. Mendapatkan Informasi yang *Up To Date*

Jika ingin mendapatkan informasi yang up to date, maka Twitter-lah pilihannya. Adanya trending topic memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang up to date (paling baru), entah dalam hal politik, ekonomi, bisnis, skandal, motivasi, inspirasi dan sebagainya. Meskipun demikian, tidak semua hal yang trending itu pasti, bisa jadi hoax atau hanya sebatas hiburan. Untuk itu, pengguna juga perlu berhati-hati dalam menggunakan Twitter agar tidak salah dalam mengambil informasi.

3. Media Hiburan yang Seru dan Menyenangkan

Karena fungsi sosial media adalah hiburan, maka tak jarang apabila *trending topics* berisi banyak hiburan seru dan menyenangkan. Sebagai pengguna, Anda dapat membagikan tulisan atau momen-momen seru yang sedang Anda alami dalam cerita singkat 280 karakter. Contoh kecil yang pernah terjadi adalah ketika cerita KKN di Desa Penari trending di Twitter dan menjadi pembahasan seru para pengguna.

4. Meningkatkan Kemampuan Menulis

Keterbatasan karakter bukan menjadi alasan pengguna dalam membagikan tweet. Justru inilah tantangan para pengguna untuk membagikan tulisan secara singkat, padat, namun tetap memiliki dampak dan pengaruh yang luar biasa. Satu contohnya adalah membagikan motivasi dan pesan inspiratif kepada pengikut; “Getting rich begins with the right mindset, the right words and the right plan” – Robert Kiyosaki.

Dengan Twitter, pengguna bisa mulai berpikir keras untuk mengasah kemampuan menulis, bercerita, beropini, serta membagikan hal-hal positif kepada banyak orang.

5. Ajakan Untuk Menggerakkan Masa

Trending topic menjadi peluang besar influencer dan buzzer dalam menggerakkan dan mempengaruhi masa. *Trending topic* Twitter sering kali didominasi oleh hal-hal negatif seperti pornografi, politik identitas, hingga skandal. Twitter telah melakukan perubahan algoritma untuk mengurangi manipulasi *trend* yang dibuat oleh kelompok tertentu. Namun kesadaran pengguna tetap menjadi hal penting untuk diperhatikan, menyebarkan hal-hal positif akan jauh lebih baik ketimbang hal-hal negatif.

2.3.4 Fitur-fitur di Twitter

Untuk menggunakan Twitter, pengguna perlu mengetahui fitur-fitur dasar yang ada di Twitter. Secara standar, tweet adalah fitur yang paling umum ketika menggunakan Twitter. Pengguna dapat memposting foto, video, teks, dengan fitur tersebut. Dan untuk lebih jelasnya, mari simak penjelasan mengenai fitur utama Twitter berikut ini:

1. Kicauan (*tweet*)

Kicauan (*tweet*) merupakan fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membagikan tulisan, foto, video, maupun gif kepada publik. Secara umum, tweet yang dibagikan dapat terlihat oleh semua pengguna terdaftar maupun tidak terdaftar,

namun pengguna juga dapat mengatur batasan kiriman hanya untuk pengikut tertentu.

Pada awalnya, Twitter hanya mengizinkan pengguna untuk membagikan tulisan dengan panjang maksimal 140 karakter, namun pada tanggal 7 November 2017 Twitter telah menambahkan jumlah maksimal kiriman hingga 280 karakter. Selain mengirim *tweet* melalui situs web dan app, pengguna juga dapat mengirim *tweet* lewat SMS (untuk negara-negara tertentu). Pengguna bisa menggunakan Twitter secara gratis, namun untuk mengirim *tweet* lewat SMS akan dikenakan biaya oleh provider layanan seluler.

2. *Follow, followers, unfollowing*

Ketika menggunakan Twitter, pengguna akan menemukan istilah pengikut (*follow*), menjadi pengikut (*followers*), dan membatalkan pertemanan (*unfollowing*). Fitur tersebut berfungsi agar pengguna dapat saling terhubung dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta mendapatkan tweet terbaru darinya secara real-time melalui beranda Twitter.

Selain itu, pengguna juga dapat melakukan pemblokiran pada akun yang dirasa mengganggu atau tidak disukai. Fitur ini sebenarnya juga ada pada banyak layanan sosial media lain seperti Facebook, Instagram, dan sejenisnya.

3. *Hashtag*

Tagar (*hashtag*) adalah sebuah kata frasa yang diawali dengan tanda “#”. Penggunaan simbol tersebut sangat penting ketika digunakan untuk mengawali sebuah topik bahasan yang terjadi di Twitter. Manfaat lain adalah dapat digunakan untuk mengidentifikasi sebuah tren tertentu, misal #kknididesapenari, #DoctorStrange dan sebagainya. Sebuah topik dengan penggunaan hashtag yang tinggi juga memungkinkan untuk menjadi trending topik di Twitter.

4. *Retweet*

Retweet adalah istilah yang dibuat Twitter untuk membagikan ulang kiriman yang pernah dibuat. Pengguna dapat membagikan ulang kiriman yang pernah dibuat dimasa lalu, baik kiriman sendiri ataupun kiriman pengguna lain. Fungsi ini dapat dimanfaatkan ketika kiriman relevan dengan keadaan yang sedang terjadi. Selain kiriman, pengguna juga dapat me-Retweet balasan (*reply*) untuk dibagikan ke pengikut.

5. Topik hangat (*Trending Topic*)

Twitter adalah jejaring sosial yang pertama kali memperkenalkan Topik hangat (*trending topics*). Topik hangat adalah sesuatu yang banyak dibicarakan pengguna di Twitter berdasarkan tagar, kata, atau frasa. Trending topics membantu Twitter dan pengguna untuk memahami apa yang sedang

terjadi di dunia serta letak geografis pengguna. Dalam perkembangannya, Twitter telah melakukan banyak perubahan untuk menghindari manipulasi tren yang sedang terjadi.

Faktanya, trending topics masih menjadi strategi untuk mempengaruhi masa dengan jumlah yang cukup besar, baik dalam hal positif maupun negatif. Meskipun demikian, Twitter akan tetap melakukan pemantauan terhadap topik yang dibahas dan akan melakukan penyensoran apabila itu berdampak buruk dalam hal sosial.

6. *Bookmarks*

Bagi Anda yang ingin melihat suatu twit namun ternyata Anda belum memiliki waktu, maka Anda masih bisa melihatnya nanti. Jangan khawatir, twit tersebut tidak akan hilang karena Twitter sudah menyediakan fitur yang bernama Bookmarks. Di sini nanti semua twit yang ingin Anda lihat bisa disimpan untuk Anda lihat ketika Anda memiliki waktu.

7. *Box Searching*

Box Searching atau kotak pencarian merupakan fitur yang disediakan untuk bisa menemukan akun orang lain. Fitur ini juga bisa Anda manfaatkan untuk menemukan kira-kira hashtag apa yang sedang viral atau yang trending. Bukan hanya itu saja, fitur kotak pencarian ini juga bisa digunakan untuk

menemukan akun lama orang lain yang mana mungkin Anda ingin melihat beberapa tweetnya.

8. Tag Teman

Untuk fitur yang keenam ini mungkin Anda sudah sering menggunakannya. Fitur tag teman merupakan fitur yang sebenarnya bukan hanya Anda temukan di Twitter, melainkan juga beberapa media sosial lainnya seperti Facebook maupun juga Instagram. Fitur ini akan membuat Anda bisa menandai teman yang mungkin sedang berfoto maupun ketika Anda ingin menandai orang agar mereka bisa melihat tweet.

9. Kolase Foto

Seperti apa fitur kolase foto yang disediakan di Twitter? Fitur ini membuat Anda bisa menjadikan foto-foto yang sebelumnya telah Anda pilih untuk kemudian Anda jadikan sebagai sebuah kolase. Caranya pun sangat mudah dimana Anda hanya perlu mengklik 'Add More' ketika Anda ingin mengupload gambar. Setelah itu, fitur ini akan otomatis muncul.

10. Tampilan

Ada beragam fitur-fitur unggulan dan terbaru yang dihadirkan Twitter, salah satunya Tampilan dimana pengguna dapat melakukan perubahan tampilan dengan tiga pilihan warna yakni Bawaan, Temaram, dan Lampu Mati. Pengguna

juga dapat melakukan perubahan pada warna hingga ukuran huruf. Dengan penyesuaian tampilan yang dihadirkan Twitter akan menambah kesan pengguna agar lebih nyaman ketika menggunakan Twitter.

2.4 Tinjauan tentang Mahasiswa

2.4.1 Definisi Mahasiswa

Secara umum, mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut, maupun akademi. Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008), definisi mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi. Setelah menyelesaikan pendidikan di bangku sekolah, sebagian siswa ada yang menganggur, mencari pekerjaan, atau melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi. Takwin (2008) mengatakan bahwa mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Salim dan Salim (2002) menyebutkan mahasiswa sebagai orang yang terdaftar dan menjalani pendidikan dalam perguruan tinggi. Badudu dan Zaih (2001) juga mendefinisikan mahasiswa sebagai siswa perguruan tinggi.

Sukirman (dalam hulu, 2010) menjelaskan bahwa mahasiswa adalah pelajar di tingkat perguruan tinggi dan sudah dewasa berkembang emosional, psikologis, fisik, kemandirian, dan telah berkembang jadi dewasa. Sedangkan mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No. 30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar diperguruan tinggi tertentu. Menurut Piaget (dalam hulu, 2010), kapasitas kognitif

individu yang berusia 18 tahun telah mencapai operasional formal, taraf ini menyebabkan individu mampu menyelesaikan masalah yang kompleks dengan kapasitas berfikir abstrak, logis, dan rasional.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi, yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

2.4.2 Peran Mahasiswa

Sebagai mahasiswa berbagai macam label pun disandang, ada beberapa macam label yang melekat pada diri mahasiswa (dalam Novita, 2014) misalnya:

1. Agen Perubahan

Mahasiswa dikenal dengan agent of change yang artinya, mahasiswa adalah penggerak dari suatu perubahan kearah yang lebih baik. Perubahan ini diperoleh dengan ide, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa itu sendiri.

2. Penjaga Nilai

Peran ini menunjukan bahwa mahasiswa berada dalam garda terdepan dalam menjaga nilai-nilai luhur serta mulia. Hal ini dapat direalisasikan dengan gotong royong, memiliki empati, memiliki kejujuran, serta keadilan.

3. Penerus Bangsa

Mahasiswa pun dianggap sebagai penerus harapan bangsa karena di pundak mahasiswa masa depan suatu bangsa ditentukan. Dengan demikian, jika para mahasiswa memiliki kualitas tinggi, maka masa depan bangsa pun akan cerah.

4. Kekuatan Moral

Mahasiswa pun dikenal dengan sebutan (*moral force*), dimana mahasiswa berperan sebagai penjaga moral yang baik dalam masyarakat. Dengan moral masyarakat yang terjaga, maka diharapkan bangsa pun akan lebih kuat.

5. Pengontrol Sosial

Dikenal sebagai sosial control atau pengontrol sosial, mahasiswa memiliki kontrol sosial pada kehidupan masyarakat. Sehingga, ketika ada yang tidak sesuai dengan nilai-nilai bangsa maupun nilai luhur bangsa, maka mahasiswa memiliki kewajiban dalam memberikan kritik, solusi, serta saran. Dengan demikian, kebijakan yang dibuat oleh pemimpin tidak melenceng.

2.4.3 Hak dan Kewajiban Mahasiswa

1) Hak Mahasiswa

Peraturan pemerintah Nomor 60 Tahun 1990 tentang Pendidikan Tinggi Bab X pasal 109, menyatakan bahwa hak mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa berhak menggunakan kebebasan akademik secara bertanggung jawab untuk menuntut ilmu sesuai dengan norma dan susila yang berlaku dalam lingkungan akademik.
2. Mahasiswa berhak memperoleh pengajaran sebaik-baiknya dan layanan bidang akademik sesuai dengan minat, bakat, kegemaran, dan kemampuan mahasiswa yang bersangkutan.
3. Mahasiswa berhak menggunakan fasilitas perguruan tinggi dalam rangka kelancaran proses belajar.
4. Mahasiswa berhak memperoleh bimbingan dosen yang bertanggung jawab atas program studi yang diikutinya dalam penyelesaian studinya.
5. Mahasiswa berhak memperoleh layanan informasi yang berkaitan dengan program studi yang diikutinya serta hasil belajarnya.
6. Mahasiswa berhak menyelesaikan studi lebih awal dari jadwal yang ditetapkan sesuai dengan persyaratan yang berlaku.
7. Mahasiswa berhak memperoleh – kesejahteraan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

8. Mahasiswa berhak memanfaatkan sumber daya perguruan tinggi melalui perwakilan atau organisasi kemahasiswaan untuk mengurus dan mengatur kesejahteraan, minat, dan tata kehidupan bermasyarakat.
9. Mahasiswa berhak untuk pindah ke perguruan tinggi lain, atau program studi lain, bilamana memenuhi persyaratan penerimaan mahasiswa pada perguruan tinggi atau program studi yang hendak dimasuki, bila daya tampung perguruan tinggi atau program studi yang bersangkutan masih memungkinkan.
10. Mahasiswa berhak ikut serta dalam kegiatan organisasi mahasiswa perguruan tinggi yang bersangkutan.
11. Mahasiswa berhak memperoleh layanan khusus bilamana menyandang cacat.

2) Kewajiban Mahasiswa

Peraturan pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi Bab X pasal 110, menyatakan bahwa kewajiban mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa berkewajiban mematuhi semua peraturan atau ketentuan yang berlaku pada perguruan tinggi yang bersangkutan.

2. Mahasiswa berkewajiban ikut memelihara sarana dan prasarana serta kebersihan, ketertiban dan keamanan perguruan tinggi yang bersangkutan.
3. Mahasiswa berkewajiban ikut menanggung biaya penyelenggaraan pendidikan kecuali bagi mahasiswa yang dibebaskan dari kewajiban tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Mahasiswa berkewajiban menghargai ilmu pengetahuan, teknologi dan atau kesenian.
5. Mahasiswa berkewajiban menjaga kewibawaan dan nama baik perguruan tinggi yang bersangkutan.
6. Mahasiswa berkewajiban menjunjung tinggi kebudayaan nasional.

2.5 Tinjauan tentang Bahasa Inggris

2.5.1 Pengertian Bahasa

Bahasa adalah sistem komunikasi manusia yang dinyatakan melalui susunan suara atau ungkapan tulis yang terstruktur untuk membentuk satuan yang lebih besar, seperti morfem, kata, dan kalimat, yang diterjemahkan dari bahasa Inggris: *“the system of human communication by means of a structured arrangement of sounds (or written representation) to form larger units, eg. morphemes, words, sentences”* (Richards, Platt & Weber, 1985: 153).

Di dunia ini terdapat ribuan bahasa, dan setiap bahasa mempunyai sistemnya tersendiri yang disebut tata bahasa. Terdapat tata bahasa untuk bahasa Indonesia, tata bahasa untuk bahasa Inggris, tata bahasa untuk bahasa Jepang, dan sebagainya. Bahasa, dalam pengertian Linguistik Sistemik Fungsional (LSF), adalah bentuk semiotika sosial yang sedang melakukan pekerjaan di dalam suatu konteks situasi dan konteks kultural, yang digunakan baik secara lisan maupun secara tulis.

Masing-masing level tidak dapat dipisahkan karena masing-masing level tersebut merupakan organisme yang mempunyai peran yang saling terkait dalam merealisasikan makna suatu wacana secara holistik (Halliday, 1985; Halliday, 1994). Kedua, secara fungsional, bahasa digunakan untuk mengekspresikan suatu tujuan atau fungsi proses sosial di dalam konteks situasi dan konteks kultural (Halliday, 1994; Butt, Fahey, Feez, Spinks & Yalop, 2000).

Dalam wujudnya, bahasa selalu berbentuk teks. Adapun yang dimaksud dengan teks adalah satuan lingual yang mengungkapkan makna secara kontekstual. Di sini, istilah “teks” dianggap sama dengan “wacana”, dan satuan lingual dapat berupa kata, kelompok kata, klausa, atau kumpulan paragraf. Apabila seseorang ingin mengungkapkan sesuatu, ia akan menggunakan bentuk teks tertentu. Dengan teks itu, ia akan mencapai tujuan yang diinginkannya. Agar teks itu dapat mawadahi dan menjadi sarana untuk menyampaikan tujuannya, ia berusaha agar teks itu

mengandung bentukbentuk bahasa yang relevan. Bentuk-bentuk itu tidak lain adalah sistem linguistik yang ada di dalam teks tersebut.

Apabila tujuan yang disampaikan berbeda, maka bentuk teks yang digunakan berbeda, dan bentuk-bentuk bahasa yang dipilih di dalamnya pun juga berbeda. Akhirnya, teks yang tercipta akan dapat mewakili seseorang tersebut, karena pada dasarnya sikap, gagasan, dan ideologinya telah disampaikan melalui tujuan yang diungkapkannya dengan memilih bentuk-bentuk bahasa yang relevan tersebut.

2.5.2 Pengertian Bahasa Inggris

Bahasa Inggris (*English*) merupakan bahasa resmi dari banyak negaranegara persemakmuran dan dipahami serta dipergunakan secara meluas. Bahasa Inggris dipergunakan di lebih banyak negara di dunia dibanding bahasa yang lain serta dibanding bahasa yang lain. Sedangkan Menurut Kasihani (2001:43) bahasa Inggris merupakan bahasa asing pertama yang dianggap penting untuk tujuan pengaksesan informasi, penyerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya dan pembinaan hubungan dengan bangsa-bangsa lain.

Menurut Wells yang dikutip dari Depdiknas dalam Kepmendiknas No. 22 Tahun 2006 : Bahasa Inggris merupakan alat untuk berkomunikasi secara lisan dan tulis. Berkomunikasi adalah memahami dan mengungkapkan informasi, pikiran, perasaan, dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya dengan menggunakan bahasa tersebut. Kemampuan berkomunikasi dalam pengertian yang utuh adalah

kemampuan berwacana, yakni kemampuan memahami dan atau menghasilkan teks lisan dan atau tulis yang direalisasikan dalam empat keterampilan berbahasa, yaitu menyimak, berbicara, membaca dan menulis. keempat keterampilan inilah yang digunakan untuk menanggapi atau menciptakan wacana dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, mata pelajaran bahasa Inggris diarahkan untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan tersebut agar lulusan mampu berkomunikasi dan berwacana dalam bahasa Inggris pada tingkat literasi tertentu.

Kemudian Menurut Chodijah (2000:21) Pembelajaran Bahasa Inggris sangat dibutuhkan untuk semua kalangan, baik usia dini atau dewasa sebab bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang wajib diketahui semua kalangan. Tidak hanya dipahami dan dimengerti, tetapi Bahasa Inggris juga harus dikuasai.

2.5.3 Fungsi Bahasa

Husen Lubis dalam bukunya yang berjudul Analisis Wacana Pragmatik mengutip pendapat Finocehinario mengatakan bahwa fungsi bahasa terdiri atas lima, antara lain: fungsi interpersonal, fungsi direktif, fungsi referensial. Fungsi-fungsi tersebut akan diuraikan seperti di bawah ini.

1. Fungsi Interpersonal

Adalah kemampuan untuk membina dan menjalin hubungan kerja dan hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan ini membuat hidup kita dengan orang lain menjadi baik dan menyenangkan.

2. Fungsi Direktif

Fungsi ini memungkinkan kita untuk mengajukan permintaan, memberi saran, membujuk, menakutkan dan sebagainya. Hal ini menjadikan semua keinginan kita bisa dikomunikasikan dengan baik.

3. Fungsi Referensial

Fungsi ini berhubungan dengan kemampuan untuk penulis atau berbicara tentang lingkungan kita yang terdekat dan juga mengenai fungsi metalinguistik.

4. Fungsi Imajinatif

Fungsi ini berhubungan dengan kemampuan untuk menyusun ritme baik bahasa lisan maupun tulis. Tidak semua manusia bisa menerapkan fungsi ini, kecuali bagi mereka yang memiliki talenta terhadap fungsi ini.

5. Fungsi Personal

Fungsi ini berhubungan dengan kemampuan pribadi seseorang untuk mengekspresikan emosinya.

Kelima fungsi tersebut dapat terwujud secara optimal apabila berada dalam situasi tempat fungsi tersebut dijalankan atau dapat dikatakan bahwa situasi dan kondisi sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan berbahasa.

Berikutnya menurut Propper. bahasa memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Stimulus; artinya bahasa berfungsi sebagai rangsangan yang dapat mendatangkan suatu respon;
2. Ekspresif; artinya bahasa dapat dipergunakan untuk menyatakan perasaan, ide kepada orang lain;
3. Deskriptif; artinya bahasa berfungsi untuk menguraikan, menjelaskan, dan menggambarkan sesuatu kepada orang lain;
4. Argumentatif; artinya melalui bahasa manusia dapat berargumentasi pada orang lain.