

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Ellin Danariansari, Universitas Sumatra Utara, Tahun 2011. Penelitian ini berjudul Komunikasi kelompok kecil geng bushido population dengan pembentukan konsep diri anggotanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi kelompok yang dilakukan oleh anggota geng Bushido Population. Dimana mereka terikat oleh aturan dan sanksi yang menimbulkan rasa saling memiliki dan menghormati terhadap pembentukan konsep diri para anggotanya di tengah-tengah persepsi masyarakat yang negatif terhadap keberadaan geng, mereka harus membuktikan bahwa anggapan tersebut tidak selalu benar adanya.

Lilis Marpaung, Universitas Sumatra Utara, Pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Komunikasi kelompok dikalangan pemulung untuk bertahan hidup di TPA Namo Bintang. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar peran komunikasi terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kehidupan sosial. Peneliti melihat fenomena kehidupan berkelompok di kalangan pemulung di TPA Namo Bintang sebagai suatu pemandangan yang unik. Untuk itu peneliti

ingin mengetahui lebih dalam mengenai cara mereka bertahan hidup dengan memanfaatkan pendekatan komunikasi.

Indra Sopyan, Universitas Komputer Bandung, pada tahun 2011. Penelitian ini berjudul Komunikasi kelompok guru dan murid dalam penyampaian program Cooperative Learning di SMKN 5 Pengalengan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi kelompok yang terjalin antara guru dan murid di SMKN 5 pengalengan, dalam menerapkan program Cooperative Learning, Sebab untuk membuat program ini berjalan dengan baik, instrument komunikasi harus bisa menjalankan fungsi dan tugasnya masing – masing dengan baik.

Tulus Muliawan , Universitas Sultan Agung Tirtayasa, pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul Pola Komunikasi Kelompok dan membentuk Kohesivitas kelompok The Jakmania UNJ. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi kelompok yang di terapkan The Jakmania dalam membangun kehesivitas atau solidaritas kelompok, The jak mania merupakan salah satu kelompok suporter terbesar di Indonesia,. Di dalamnya terdapat banyak orang dengan latar belakang yang berbeda.

Ardiansyah Prima Aditya, Universitas Lampung, pada tahun 2016. Penelitian ini berjudul Komunikasi kelompok pada komunitas instameet dalam meningkatkan kemampuan fotografi anggota. Komunitas instameet lampung merupakan komunikasi yang begitu banyak anggotanya dengan berbagai genre, Genre-genre tersebut antara lain Street Photography, Nature, Landscape dan Human Interest. Hal ini menjadi masalah tersendiri dalam Komunitas Instameet

Lampung karena perbedaan ketertarikan dan jumlah anggota dari tiap genre tersebut perlahan membuat kelompok ini tidak saling bersinergi dan mengalami kesulitan dalam pencapaian visi dan misi. Sebagai contoh pada event WWIM 11 yang mengangkat tema Nature, dengan total keseluruhan peserta 250 orang, ketika anggota yang menyukai genre Nature cenderung lebih mengutamakan hunting dengan tema Nature ketimbang tema yang lain begitu juga dengan anggota yang menyukai genre lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi kelompok di komunitas instameet Lampung.

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Judul Subjudul | Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|-----------------------|---|---|---|
| 1 | Danariansari Ellin, Tahun 2011, ilmu Komunikasi Universitas Sumatra Utara, Medan | Komunikasi kelompok kecil geng bushido population dengan pembentukan konsep diri anggotanya. | Deskriptif Kualitatif | Komunkasi kelompok kecil yang terjalin di geng Bushido Population tidak memberikan dampak negatif terhadap konsep diri para anggotanya. Meskipun dilatar belakangi hal – hal yang berbeda saat ingin bergabung, namun karna adanya aturan dan sanksi terhadap anggota menjadikan geng ini menjadi wadah yang positif bagi anggotanya. | Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas suatu masalah tentang bagaimana komunkasi kelompok yang terjadi | sedangkan perbedaannya penelitian ini lebih menfokuskan kepada suatu komunitas yang dinilai negative oleh masyarakat. |
| 2 | Marpaung Lilis, | Komunikasi | Kualitatif | Hasil penelitian ini | Persamaan dari penelitian | Perbedaanya adalah |

| | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------|---|--|--|
| | Pada tahun 2012, Ilmu Komunikasi Universitas Sumatra Utara, Medan | kelompok dikalangan pemulung untuk bertahan hidup di TPA Namo Bintang. | Studi Kasus | mengungkapkan bahwa komunikasi kelompok dikalangan pemulung memberikan pengaruh yang besar dalam bertahan hidup bagi para pemulung TPA Namo Bintang. | ini adalah sama-sama meneliti sebuah komunikasi kelompok. | penelitian ini ditujukan kepada orang – orang yang kurang akan pendidikan dan keterampilan. |
| 3 | Sopyan Indra, pada tahun 2011, Ilmu Komunikasi, Fikom, Universitas Komputer Bandung. | Komunikasi kelompok guru dan murid dalam penyampaian program Cooperative Learning di SMKN 5 Pengalengan. | Deskriptif Kualitatif | SMKN 5 Pengalengan memiliki interaksi yang baik melalui komunikasi kelompok guru dan murid. Proses komunikasi ditunjukkan melalui program Cooperative Learning. Sehingga antara guru dan murid saling memberikan keberhasilan yang senantiasa dilakukan untuk | Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas tentang bagaimana komunikasi kelompok terjadi. | Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan di suatu tempat pendidikan untuk meningkatkan citra yang baik bagi sekolah. |

| | | | | | | |
|---|--|---|-----------------------|---|--|---|
| | | | | meningkatkan SMKN 5 pada tahun berikutnya. | | |
| 4 | Muliawan Tulus, pada tahun 2013, Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Yogyakarta. | Pola Komunikasi Kelompok dan membentuk Kohesivitas kelompok The Jakmania UNJ. | Deskriptif Kualitatif | Hasi penelitian ini dapat disimpulkan bahwa The jakmania mempunyai banyak cara untuk membuat kelompoknya semakin solid diantaranya, dengan menjaga pola komunikasi dengan cara komunikasi dengan intensitas yang tinggi dan efektif. Efektivitas komunikasi membawa kelompok kearah yang lebih baik karena maksud dan keinginan para anggota bisa dipahami anggota lainnya. | Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menggunakan studi deskriptif kualitatif | Perbedaannya adalah penelitian ini lebih memfokuskan kepada keberlangsungan kelompok dalam jangka panjang untuk mendukung club sepakbola. |

| | | | | | | |
|---|---|---|------------|--|--|--|
| 5 | Prima Ardiansyah Aditya, pada tahun 2016, Ilmu Komunikasi Universitas Lampung | Komunkasi kelompok pada komunitas instameet dalam meningkatkan kemampuan fotografi anggota. | Kualitatif | Temuan dalam penelitian ini adalah peneliti menemukan adanya penyimpangan yang terjadi pada Groupthink yang disebabkan kekohesifan komunitas ini, sehingga dapat dikatakan Groupthink dalam komunitas ini tidak berjalan sepenuhnya. Hal ini menyebabkan pendapatpendapat yang mendominasi berasal dari anggota mayoritas padahal sebenarnya terdapat sejumlah anggota yang memiliki ide lain, namun lebih memilih untuk tidak menyampaikan ide tersebut | Persamaan penelitian ini adalah sama – sama membahas tentang komunikasi kelompok | Perbedaannya adalah penelitian ini lebih memfokuskan pendapat pendapat yang ingin dikemukakan oleh setiap anggota. |
|---|---|---|------------|--|--|--|

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | dan memilih diam karena mereka beranggapan pendapat mereka akan diabaikan. | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

Sumber: Data Hasil Penelehaan 2020

2.2 Landasan Teoritis

2.2.1 Teori Interaksi Kelompok Menurut Fisher dan Howes

Menurut Aubrey Fisher dan Leonard Howes dalam (Morissan) (2013: 348), suatu interaksi dapat dilihat dalam dua interaksi yaitu dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi merupakan individu yang melakukan komunikasi didalam sebuah interaksi sedangkan interaksi hubungan bahwa tanggapan didalam memberikan kesan terhadap orang lain. Hampir semua pandangan atau komentar yang dikemukakan oleh anggota kelompok terkait dengan keputusan atau usulan keputusan oleh semua anggota, maka Fisher kemudian mengelompokkan antara pernyataan (statement) anggota kelompok dalam hal bagaimana cara mereka menanggapi suatu usulan keputusan. Fisher menemukan bahwa adanya 4 tahap yang harus dilakukan suatu kelompok sebelum mereka mengambil keputusan. Empat tahapan yang dimaksud oleh Fisher adalah :

1. Tahap Orientasi tahap ini mencakup tindakan untuk mengenali masalah, melakukan klarifikasi, mengemukakan pendapat awal. Pada tahapan ini seseorang masih mencoba mencari arah dan pengertian dalam pola komunikasi yang dilakukan.
2. Tahap konflik tahapan ini melibatkan penolakan dan juga interaksi yang terjadi mencakup ketidaksetujuan serta evaluasi negatif yang lebih besar. Pada tahap ini, seseorang mulai memperkuat sikap dalam menghasilkan banyak pengelompokan atau polarisasi
3. Tahap kemunculan tahap ini disebut juga tahap yang menghilangkan koalisi yang ditimbulkan pada tahap kedua tanda-tanda permulaan

adanya kerja sama mulai terlihat. Pada tahapan ini, seseorang akan mulai mengalami perubahan sikap sehingga pendapat dan komentar mejadi tidak jelas dan besifat ambigu.

4. Tahap penguatan tahapan ini akan melibatkan keputusan kelompok menjadi lebih menguat dan keputusan juga akan menerima penguatan dari kelompok lainnya. Pada tahapn ini, situasi komentar yang tidak jelas dan situasi ambigu akan cenderung hilang sehingga adanya penegasan didalam persetujuan untuk mengambil keputusan yang diambil.

Fisher menemukan bahwa dalam melakukan klarifikasi terhadap suatu usulan yang harus diputuskan kelompok cenderung mengikuti satu atau dua pola tergantung kepada potensi konflik yang akan ditimbulkan pada saat pengambilan keputusan. Suatu keputusan terhadap masalah yang sifatnya lebih sensitif atau yang lebih memilik potensi konflik biasanya cenderung akan bersifat umum. Teori analisis interaksi ini mengingatkan pada pentingnya interaksi sebagai proses komunikasi dasar yang mengubah input menjadi output.

Suatu organisasi dibentuk melalui komunikasi ketika individu di dalamnya saling berinteraksi satu sama lain. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan individu dan tujuan bersama. Proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi akan menghasilkan berbagai hasil seperti hubungan kekerabatan, terciptanya peran, adanya jaringan komunikasi, dan juga iklim dalam suatu organisasi. Dengan demikian, dapat dikatakan sebuah interaksi adalah tindakan dari seseorang yang diikuti oleh tindakan yang lainnya sebagai contoh, tanya-jawab,

serta sapa-menyapa. Maka, sebagai unit analisisnya tidak hanya ada seseorang, seperti memberi saran, tetapi juga bagian dari tindakan yang berkesinambungan, seperti halnya memberikan saran dan meresponnya. Teori ini juga dapat menunjukkan pada kita cara bagaimana memahami suatu keputusan dengan lebih baik, dimaksudkan jika dalam beberapa tahapan diberikan pemahaman tentang cara-cara berinteraksi. Komunikasi yang dibangun baik secara personal maupun secara kelompok sering kali akan membentuk arah masa depan serta membuka peluang dalam kehidupan kita. Hal ini terutama dapat terlihat dalam komunikasi kelompok seperti yang dikemukakan oleh Mary Parker Follet yang mengkaji tentang pemikiran intergratif dalam penyelesaian masalah pada suatu kelompok atau suatu organisasi masyarakat (dalam Morissan hal-334). Selain itu analisis proses interaksi didalam kelompok yang dikemukakan oleh Bales juga dapat menjelaskan bahwa adanya kemungkinan terjadinya pola interaksi intra personal melalui pengelompokkan dalam kelompok kerja maupun kelompok organisasi kecil. Bales mencoba untuk menyusun teori berdasarkan jenis-jenis pesan yang dipertukarkan oleh individu didalam kelompok. Sehingga, pesan tersebut dapat mempengaruhi karakter atau sifat kelompok secara keseluruhan. Tahapan-tahapan dari keputusan kelompok yang dilakukan melalui proses interaksi berdasarkan teori Fisher dan Hawes menjadi sebuah ide atau gagasan dalam satu waktu.

Dalam sebuah keputusan akan terjadi modifikasi keputusan sehingga pencapaian kesimpulan serta persetujuan kelompok akan bersifat berputar sebagaimana disesuaikan dengan potensi konflik serta pihak-pihak yang terlibat

terhadap konflik tersebut. Berdasarkan modifikasi keputusan yang berputar tersebut maka kelompok akan cenderung mengikuti satu atau dua pola interaksi yang disesuaikan dengan potensi konflik yang terjadi. Dalam analisis interaksi komunitas jika dilihat melalui dimensi isi dan dimensi hubungannya masukan-masukan atau solusi yang diberikan oleh anggota kelompok akan selalu terkait atau selalu terhubung dengan keputusan atau usulan yang akan diambil secara kolektif akan tetapi permasalahannya pernyataan yang dibuat oleh anggota kelompok seringkali berpengaruh terhadap cara pandang dari individu anggota komunitas itu terhadap suatu usulan keputusan yang diperoleh melalui empat tahapan yang dimaksudkan oleh Fisher dan Hawes. Dalam hal ini, pengamatan terhadap distribusi atau penyebaran interaksi pada keseluruhan tahapan peneliti melihat akan adanya perubahan dalam cara-cara anggota berinteraksi ketika keputusan kelompok mulai berkembang dan mendominasi keputusan.

2.3 Landasan Konseptual

2.3.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi jika kedua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di percakapkan. Kesamaan bahasa yang di pergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya

saja belum tentu mengerti makna yang di bawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya, selain mengerti makna dari bahan yang di percakapkan. (Effendy,2009:9)

Pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa *komunikasi* itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain. (Effendy,2009:9). Pernyataan dalam “bahasa” komunikasi dinamakan pesan (*message*). Orang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. (Effendy, 2009 , 27-28)

Konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu-arah menyoroti penyampaian yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat persuasif. Beberapa definisi yang sesuai konsep ini adalah sebagai berikut:

1. Bernard Barelson dan Gary A. Steiner

“Transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya menggunakan simbol-simbol, kata-kata, figur, grafik dan sebagainya, tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi.”

2. Theodore M. Newcomb

“Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informan terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima”

3. Carl I. Hovland

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikee).”

4. Gerald R. Miller

“Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

5. Everett M. Rogers

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

6. Harold Laswell

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”

(Mulyana,2005:62)

2.3.2 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) 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-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi 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.

Dan B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005, h. 149) menyatakan komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya di bawah pengarahannya seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka;
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan;
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin;
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

2.3.3 Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya.

2.3.3.1 Kelompok Primer dan Sekunder

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita. Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja).

Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.

Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan. Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standard*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

2.3.3.2 Kelompok Deskriptif dan Kelompok Preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan preskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan c. kelompok penyadar.

Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya membuat desain baru, memasarkan produk atau mencari produsen baru. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

2.3.3.3 Fungsi komunikasi kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan di laksanakan oleh suatu kelompok tersebut. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan dan fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk pembuatan kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktifitas yang informal, santai dan menghibur.

2. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhannya masyarakat dapat terpenuhi.
3. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha perusatif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.
4. Fungsi kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (problem solving) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan (decision making), berhubungan dengan pemilihan materi atau bahkan untuk pembuatan keputusan.
5. Terapi adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu untuk mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu

tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai tujuan kelompoknya. Sebagai contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkotika, kelompok perokok berat. Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi ini dikenal dengan nama pengungkapan ciri (selfdisclosure). Artinya dalam suasana yang mendukung setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar anggota dalam diskusi yang dilakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi terapi yang akan menyelesaikannya.

2.3.3.4 Profil Pebisnis Topi

Sukses Iqbal Rahmanuel tidak seketika. Bisnis dijalankan pengusaha muda satu ini memang terlihat sangat sederhana. Bisnis aneka penutup kepala yang bisa dilakukan semua orang. Butuh cara berbeda biar Iqbal mampu memecahkan kebuntuang bisnis. Ide kreatif perantau Medan adalah menspesifikasi dirinya. Bisnis bertema rumah topi dimana setiap orang akan menemukan topinya di sini. Guna mendukung bisnis Iqbal membangun www.rumahtopi.com inilah ujung tombak bisnis topi berbasis internet. Inspirasi mendorong membuka bisnis topi. Dia merasa kesusahan mencari topi. Loncat sana, kemudian ke sini, tidak ada tempat pasti dimana dia memanjakan hobinya. Rumah Topi adalah bisnis menawarkan aneka jenis topi bahkan paling susah dicari sekalipun.

Bukan bisnis topi biasa awal dia iseng mencari topi bermodal tidak biasa. Dia mencari topi komando dan topi lukis. Kan susah tidak umum dicari anak muda. Ternyata meskipun lewat internet, masih susah ditemukan dimana bisa dia mendapatkan topi- topi tersebut. Ia kemudian menemukan masalah sama dirasakan orang lain. Inilah kesempatan bisnis jika Iqbal mampu memenuhi kebutuhan mereka. Sebuah peluang bisnis ketika menemukan permasalahan serupa di berbagai forum internet. Bermodal uang Rp.5.000.000 dia mulai membantu website www.rumahatopi.com dan mulai memasok. Beberapa jenis topi ditemukan langsung dijual. Topi tersebut jarang ditemukan di pasaran. Berkat ide itu Iqbal mampu mengantongi omzet Rp.17.000.000-20.000.000, dimana topi dijualnya 150- 200 topi dan margin untungnya 40% loh. Dimana ada 25 jenis topi dengan variasi model berbeda banyak. Contoh topi snapback, trucker, newsboy, hingga flat cap yang susahny minta ampun dicari di Indonesia. Cara Iqbal memenuhi produksi ialah dengan menggaet pengrajin topi asal Bandung, lainnya Iqbal mengimpor dari pabrik di China.

Topi beraneka macam, dari pria, wanita, anak- anak, tersedia di Rumah Topi. Strategis sosial media dia lebih pertegas agar bisnisnya menggaet lebih banyak. Marketing Iqbal memang tidak face- to- face tapi ternyata lebih efektif dibanding perkiraan orang. "Kami juga melakukan promo langsung dan berinteraksi dengan konsumen di sosial media," tuturnya.

Tiga tahun berbisnis bukan tanpa kendala teman. Dia mengaku ada beberapa hal: Salah satunya pemasok produk topi, yang mana awalnya dia membuat berdasarkan karena belum ada pegawai. Padahal pesanan besar sekali

ketika bisnisnya terus berkembang, Iqbal sempat keteteran tetapi berhasil melewati masa itu."bahkan saya pernah menolak pesanan 1.000 topi," kenang Iqbal. Dengan jujur dia mengatakan kondisi perusahaanya kala itu. Mau bagaimana lagi bisnis Iqbal memang baru dimulai. "Lebih baik kami jujur supaya konsumen tidak kecewa," paparnya. Keuletan Iqbal terbayar dengan pusat produksi sendiri di Surabaya. Kanapa bisnis Iqbal sukses karena balum banyak orang menggarap pasar itu. Ke depan dia berharap Indonesia menjadi produsen topi berkualitas dunia. Ia menyebutkan bahwa pengrajin kita itu punya kreatifitas tinggi. Masalah pengrajin adalah di manajemen produknya. Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UNAIR angkatan 2012 ini, juga masih semangat mengerjakan kuliahnya. (RumahTopi.com)

2.3.3.5 Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata "bisnis" diambil dari bahasa Inggris "bussines". Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara histori kata bisnis berasal dari bahasa Inggris business, dari kata dasar yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skupnya,

Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis(hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelevisian”. Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. (Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, 2007)

Pengertian bisnis menurut para Ahli:

1. Menurut Peterson, bisnis adalah merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa secara konsisten
2. Menurut Prof.L.R.Dicksee, bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut.

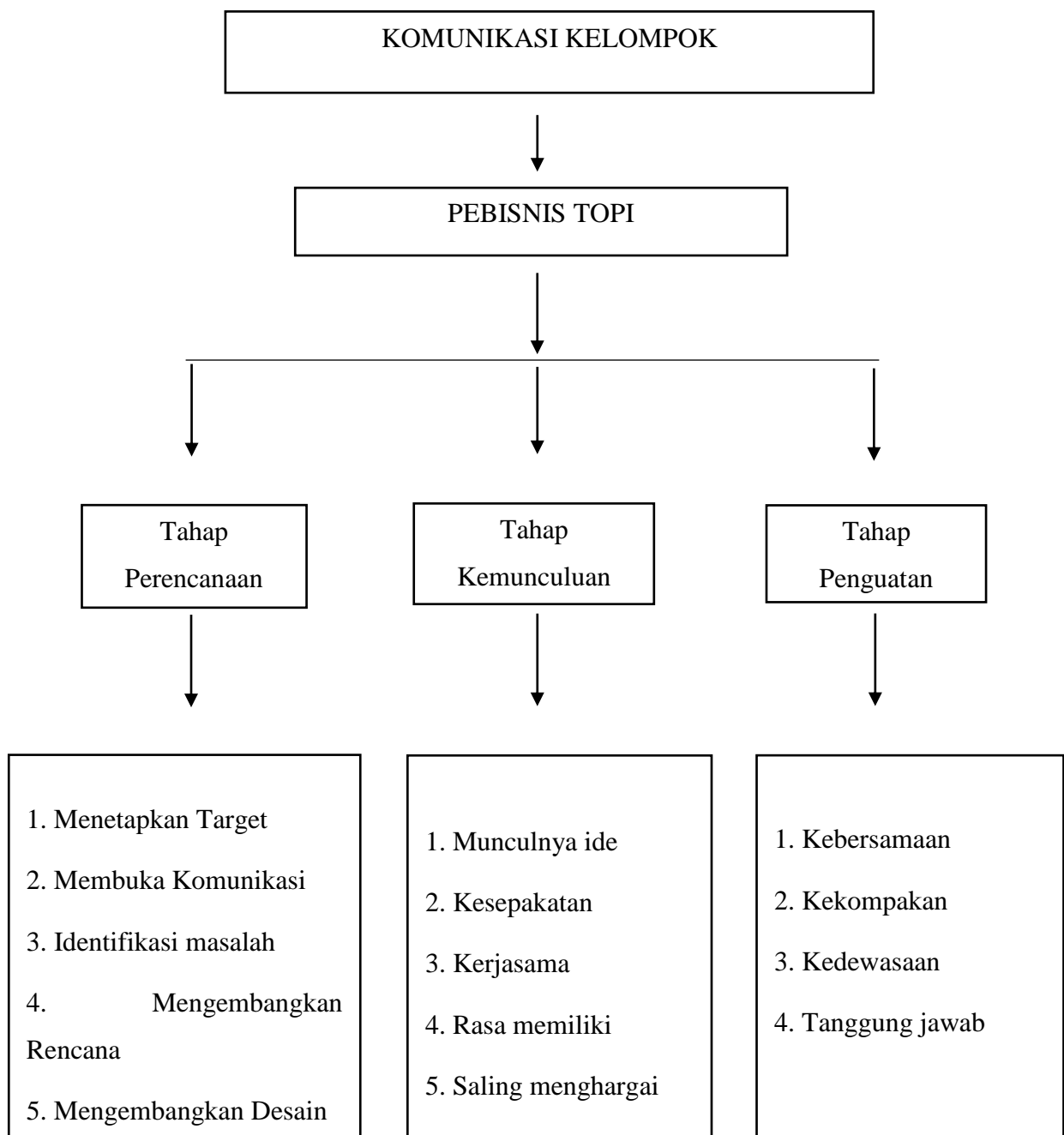
Menurut pendapat Cristopher Pass, Bentuk ekonomi dari suatu bisnis terdiri dari:

1. Bisnis horizontal (horizontal business), suatu bisnis yang memfokuskan diri pada aktivitas tunggal, misalnya produksi roti.
2. Bisnis vertikal (vertical business), suatu bisnis yang menggabungkan dua atau lebih aktivitas yang berhubungan secara vertikal, misalnya pembuatan gandum dan roti.

3. Bisnis konglomerat atau bisnis terdiversifikasi (*conglomerate atau diversified business*), suatu bisnis yang menggabungkan sejumlah aktivitas produksi yang tidak berhubungan, misalnya produksi pembuatan roti dan jasa keuangan.(Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, 2007)

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : Data Hasil Penelahaan 2020