

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Studi penelitian terdahulu merupakan sumber referensi yang relevan bagi peneliti untuk menunjang pengembangan baik konteks maupun metode penelitian dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan berbagai macam sumber yang mempunyai fungsi sebagai acuan akan digunakan untuk memperkuat teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

N o	Nama	Judul	Teori	Metode	Hasil
1	Izulhaq Ramadhan (2024)	“Analisa Komunikasi Interpersonal Pondok Baca Oi Dalam Meningkatkan Minat Baca Anak Desa Atuwalupang Kecamatan Buyasuri Kabupaten	Teori Penetrasi Sosial	Metode Penelitian Kualitatif	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa selain menerapkan teori penetrasi sosial, relawan Pondok Baca Oi juga menerapkan aspek-aspek komunikasi interpersonal untuk dapat mengajak anak-anak dalam upaya meningkatkan minat membaca. Aspek-

		Lembata”.			aspek komunikasi interpersonal itu yakni adanya keterbukaan, empati, sikap positif ,dan sikap saling mendukung. Hambatan komunikasi interpersonal yang terjadi antara relawan dan anak-anak biasanya terjadi karena perbedaan bahasa dan juga kesibukan relawan. Dalam berkegiatan, Pondok Baca oi melakukan beberapa metode untuk menarik perhatian anak yaitu, menyisipkan permainan saat belajar, belajar di alam terbuka, memberikan hadiah.
2	Rafika Audina	“Strategi Komunikasi	Teori Harold	Metode Penelitian	Hasil analisa menunjukkan bahwa

	(2019)	Pendidikan Dalam Meningkatkan Pemahaman Siswa Pada Proses Belajar Mengajar Di SD Muhammadiyah h 20”	D. Lasswell	Kualitatif	strategi komunikasi pendidikan guru dalam meningkatkan pemahaman siswa di sekolah lebih kepada ganjaran, dalam kenyataannya guru sering salah mengartikan strategi ini, guru hanya memahami berupa hukuman yang diberikan kepada siswa yang bersalah, padahal seharusnya ganjaran itu juga diberikan kepada siswa yang berprestasi dalam bentuk hadiah, pujian dan lain-lain. Strategi komunikasi yang dilakukan guru dalam meningkatkan prestasi siswa di sekolah dapat berjalan dengan baik apabila
--	--------	---	----------------	------------	--

					komunikasi berjalan dengan interaktif dan juga tentang media pembelajaran yang mendukung untuk proses belajar mengajar berlangsung di SD Muhammadiyah 20.
3	Hendrik Than Lilo (2023)	“Strategi Komunikasi Mentor Dalam Membentuk Karakter Positif Anak Padapusat Pengembangan Anak (Ppa) Io-0461 MDC Tuapukan”	Teori Penetrasi Sosial	Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membentuk karakter positif anak dengan jumlah waktu pertemuan yang terbatas , maka strategi komunikasi yang dilakukan oleh mentor adalah melakukan dialog/percakapan yang mengandung karakteristik komunikasi antarpribadi. Menyampaikan pesan dan nasehat kepada

					anak secara terus menerus dan berulang ulang, Menerapkan kebiasaan dan contoh positif pada anak. Membangun hubungan komunikasi bersama anak dan orang tua melalui media sosial. Adapun dampak terhadap pengembangan potensi anak dari strategi komunikasi yang akan membentuk karakter positif anak antara lain: anak memiliki kecerdasan, anak memiliki kepribadian baik, dan anak memiliki akhlak yang mulia.
--	--	--	--	--	--

Tabel 2.1 Diolah oleh peneliti

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dapat dilihat persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama membahas strategi komunikasi. Dari penelitian terdahulu yang menjadi sumber referensi penulis melakukan perbandingan persamaan dan perbedaan pada

setiap penelitian yang dilakukan dimana, dari ketiga penelitian terdahulu memiliki kesamaan subjek penelitian dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan yaitu strategi komunikasi mentor atau guru dalam mengembangkan atau menumbuhkan bakat dan minat pada siswa atau anak didiknya. Kemudian ada pula kesamaan metode penelitian antara ketiga penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Selain itu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izulhaq Ramadhan dan Hendrik Than Lilo memiliki kesamaan pada penelitian saat ini yaitu sama-sama menggunakan Teori Penetrasi Sosial.

Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan yang peneliti lakukan saat ini adalah pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rafika Audina menggunakan Teori Teori Harold D. Lasswell. Selanjutnya objek penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu juga memiliki perbedaan dengan objek penelitian yang saat ini peneliti lakukan. Dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Izulhaq Ramadhan yang menjadi objek penelitian Analisa Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Baca Anak. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rafika Audina berfokus pada strategi komunikasi dalam meningkatkan pemahaman siswa. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Hendrik Than Lilo membahas mengenai strategi komunikasi mentor dalam membentuk karakter positif anak.

Dengan adanya penelitian terdahulu, peneliti dapat memperoleh referensi dan landasan yang kuat dalam melakukan penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu

juga menjadi acuan dalam mengembangkan kerangka berpikir serta memperjelas posisi penelitian yang dilakukan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

2.2 Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yang terdiri dari kata “stratos” yang memiliki arti tentara dan kata “agein” yang artinya memimpin. Strategi yang dimaksud yakni memimpin tentara, jadi dapat diartikan strategi merupakan suatu rancangan militer untuk memenangkan peperangan (Audina, 2020: 16). Strategi merupakan seni yang didalamnya terdapat kecerdasan mental dalam menggunakan ketersediaan sumber dalam meraih tujuan guna mendapatkan keuntungan yang efisien dan optimal Marhin-Anderson dalam (Sartika, 2019: 17). Strategi pada hakikatnya yakni sebuah perencanaan serta manajemen yang digunakan guna meraih tujuan (Silviani & Darus, 2021: 22).

Komunikasi merupakan sebuah keperluan bagi seseorang sebab dirinya merupakan makhluk sosial. Dalam berinteraksi, manusia memerlukan sebuah komunikasi. Umumnya pengertian komunikasi ada dua segi yaitu etimologis dan terminologis. Pengertian komunikasi dari segi etimologis yaitu komunikasi yang asalnya dari Bahasa Latin “*communication*” yang bersumber dari “*communis*” yang memiliki arti sama. Makna dari kata tersebut yakni orang yang terlibat pada suatu interaksi saling memiliki suatu pemahaman yang sama dengan apa yang di komunikasikannya Onong Uchjana Effendy dalam (Nurhadi & Kurniawan, 2017: 91). Dengan kata lain komunikasi merupakan hubungan antara dua atau lebih

individu yang menciptakan interaksi yang di dalamnya ada sesuatu yang disampaikan dan semuanya sama- sama mengerti tujuan dari penyampaian tersebut.

Pengertian komunikasi dari segi terminologi dapat dilihat dari beberapa perspektif para pakar komunikasi. T. Hani Hanoko dalam (Koesomowidjojo, 2021: 3) “komunikasi merupakan sebuah proses mentransfer informasi maupun ide gagasan dari seseorang kepada orang lain”. Hani Hanoko juga mengatakan bahwa dalam proses komunikasi perlu memahami seni intonasi, mimik wajah, serta bahasa tubuh sehingga informasi dapat sesuai dengan pengirim pesan.

Strategi komunikasi merupakan rencana komunikasi yang dijalankan komunikator pada komunikannya guna mencapai hal yang diharapkan komunikatornya (Sartika, 2019: 18). Tujuan utama dari strategi komunikasi yaitu memastikan komunikan apakah sudah paham terhadap pesan yang disampaikan serta memotivasi untuk mengubah tingkah laku (*to motivate action*). Sehingga, strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai perencanaan membangun pemahaman dan sikap secara keseluruhan dan sistematis (Asriwati, 2021: 5). Faerch dan Kasper dalam (Yusparizal dkk., 2018: 25) mendefinisikan “strategi komunikasi merupakan rencana yang disadari secara potensial untuk memecahkan masalah yang ditampilkan individu dalam mencapai tujuan komunikasi tertentu”.

Menurut R.Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Bumet (Effedy 2003:32) Dalam berkomunikasi selain menyampaikan informasi dan juga gagasan

tetapi juga harus memiliki tujuan untuk apa komunikasi itu terjadi. Adapun tujuan komunikasi antara lain:

- a. *To serve understanding*, untuk menciptakan suatu pemahaman kepada lawan bicara kita agar mengerti maksud dan tujuan kita.
- b. *To establish acceptance*, adalah suatu cara yang kita gunakan agar orang lain percaya dan menerima apa yang telah kita ucapkan dan rencanakan.
- c. *To motivate action*, adalah cara yang kita lakukan agar komunikasi atau *stakeholder* kita tergerak untuk melaksanakan atau bertindak sesuai apa yang kita inginkan.

Menurut Liliweri (2011:248-249), tujuan strategi komunikasi diantaranya adalah :

1. Memberitahu (*Announcing*)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (one of the first goals of your communication strategy is to announce the availability of information on quality). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Informasi yang diberikan harus dapat memotivasi khalayak untuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari tujuan informasi yang disebarkan.

3. Mendidik (*Educating*)

Strategi yang berikutnya adalah edukasi. Tiap informasi yang disebarkan harus disampaikan dalam kemasan educating atau bersifat mendidik.

4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran. Dusahakan agar informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan atau motivasi semata, tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang dapat kita sebut dengan *strategy of informing*.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision Making*).

Tujuan strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan (Asriwati, 2021).

2.3 Seni Menggambar

Seni menggambar merupakan salah satu bentuk seni rupa yang berorientasi pada kegiatan visual untuk mengekspresikan ide, gagasan, maupun perasaan melalui garis, bentuk, bidang, dan warna pada media dua dimensi. Menurut Sumanto (2005), menggambar adalah suatu aktivitas kreatif yang menggunakan bahasa rupa untuk mengomunikasikan pikiran dan pengalaman. Sementara itu, Sadiman (2013) menjelaskan bahwa menggambar adalah sarana komunikasi nonverbal yang mampu menyampaikan pesan secara simbolis maupun realistik. Dari pengertian tersebut, seni menggambar tidak hanya dipandang sebagai keterampilan teknis, tetapi juga sebagai aktivitas estetis dan ekspresif yang berfungsi dalam pengembangan pribadi, pendidikan, dan komunikasi sosial. Dalam menghasilkan karya gambar, terdapat unsur-unsur visual yang saling berkaitan, antara lain:

1. Garis (*line*): elemen dasar pembentuk wujud, mulai dari garis lurus, lengkung, tebal, tipis, hingga dinamis.
2. Bentuk (*form*): hasil kombinasi garis yang menghasilkan wujud dua atau tiga dimensi.
3. Bidang (*area*): ruang datar yang terbentuk dari pertemuan garis atau warna.
4. Warna (*color*): memberi kesan hidup, suasana, dan ekspresi pada karya.
5. Tekstur (*texture*): kesan permukaan, baik nyata maupun semu.

6. Ruang (*space*): ilusi kedalaman atau perspektif dalam gambar.

Unsur-unsur ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling mendukung untuk menciptakan komposisi yang harmonis dan ekspresif. Seni menggambar memiliki beberapa fungsi penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat, di antaranya:

1. Fungsi Ekspresi: sarana menuangkan perasaan, emosi, dan gagasan secara visual.
2. Fungsi Edukatif: membantu perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotorik peserta didik.
3. Fungsi Komunikasi: menyampaikan pesan melalui simbol, ilustrasi, atau bentuk visual lain.
4. Fungsi Estetis: memberikan nilai keindahan dan kepuasan batin bagi pencipta maupun penikmat.
5. Fungsi Kreatif dan Profesi: membuka peluang karier, seperti ilustrator, desainer grafis, arsitek, hingga seniman.

Menurut Sadiman (2013), jenis-jenis menggambar dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. Menggambar Bebas: menghasilkan karya spontan tanpa aturan baku, menekankan pada imajinasi.

2. Menggambar Bentuk (objektif): meniru objek nyata, misalnya manusia, hewan, atau benda.
3. Menggambar Dekoratif: fokus pada pola hias, ornamen, atau corak yang indah.
4. Menggambar Ilustratif: berfungsi memperjelas isi cerita, misalnya dalam buku pelajaran atau media massa.
5. Menggambar Ekspresif: menekankan pada pengungkapan emosi dan kebebasan ekspresi.

Aktivitas menggambar memberikan manfaat luas dalam konteks pendidikan, khususnya bagi anak dan remaja, yaitu:

1. Melatih konsentrasi, kesabaran, dan keterampilan motorik halus.
2. Meningkatkan daya imajinasi, kreativitas, serta inovasi.
3. Membentuk kepercayaan diri melalui pencapaian karya.
4. Mengembangkan kecerdasan emosional dan estetika.
5. Menjadi media ekspresi diri serta terapi psikologis.

Dengan demikian, seni menggambar bukan hanya aktivitas estetis, tetapi juga berperan dalam membentuk karakter, mental, dan kemampuan berpikir kreatif siswa.

2.4 Minat Menggambar

Minat merupakan dorongan internal yang membuat seseorang tertarik untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Menurut Slameto (2010), minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Minat juga berkaitan dengan perasaan senang atau keterikatan pada suatu objek sehingga menimbulkan motivasi untuk terlibat di dalamnya. Dalam konteks pendidikan seni, minat menggambar adalah kecenderungan siswa untuk merasa senang, tertarik, dan terdorong dalam melakukan aktivitas menggambar. Minat ini tidak hanya bersifat spontan, tetapi juga dipengaruhi oleh Beberapa faktor yang memengaruhi minat siswa dalam menggambar antara lain:

Faktor Internal:

1. Bakat: kemampuan alami yang mendukung keterampilan menggambar.
2. Motivasi pribadi: dorongan dari dalam diri untuk mengekspresikan ide melalui gambar.
3. Kecerdasan visual-spasial: kemampuan memahami bentuk, warna, dan komposisi.

Faktor Eksternal:

1. Strategi komunikasi pengajar: cara guru menyampaikan materi, memberi motivasi, dan memberikan umpan balik.
2. Lingkungan belajar: suasana kelas, fasilitas, serta dukungan teman sebaya.

3. Media pembelajaran: ketersediaan alat dan bahan menggambar yang menarik.

Dengan kata lain, minat menggambar tidak hanya muncul dari dalam diri siswa, tetapi juga dipengaruhi oleh rangsangan dari luar yang membentuk respon positif. Menurut Sardiman (2011), minat dapat diamati melalui beberapa indikator perilaku, yaitu:

1. Perhatian: siswa fokus pada aktivitas menggambar dan antusias mengikuti instruksi.
2. Keterlibatan aktif: siswa senang berpartisipasi dalam kegiatan menggambar.
3. Perasaan senang: siswa menunjukkan ekspresi bahagia ketika menggambar.
4. Frekuensi aktivitas: siswa sering menggambar, baik di dalam maupun luar kelas.
5. Kesungguhan: siswa berusaha meningkatkan kualitas gambar meskipun menghadapi kesulitan.

Indikator tersebut dapat dijadikan dasar untuk menilai apakah strategi komunikasi pengajar berhasil meningkatkan minat menggambar pada siswa. Minat merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam proses belajar, termasuk dalam pembelajaran seni menggambar. Siswa yang memiliki minat tinggi akan:

1. Lebih mudah memahami konsep menggambar.
2. Termotivasi untuk berlatih secara mandiri.

3. Mampu menghasilkan karya yang lebih kreatif dan ekspresif.
4. Menunjukkan sikap positif terhadap pelajaran seni rupa.

Sebaliknya, siswa dengan minat rendah cenderung pasif, cepat bosan, dan kurang bersemangat mengikuti kegiatan menggambar. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat diperlukan untuk membangkitkan minat siswa.

2.5 Teori S-O-R

Teori Stimulus–Organism–Response (S–O–R) menjelaskan bahwa perubahan perilaku seseorang terjadi sebagai akibat dari adanya rangsangan tertentu yang diterima individu dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses oleh individu melalui berbagai proses psikologis yang ada dalam dirinya sebelum akhirnya menghasilkan suatu tanggapan atau respon. Teori ini sering digunakan dalam kajian komunikasi dan perilaku untuk memahami bagaimana pesan atau informasi dapat memengaruhi sikap maupun tindakan seseorang.

Teori S-O-R pertama kali dikenalkan dalam psikologi perilaku dan kemudian diaplikasikan ke ilmu komunikasi oleh Carl I. Hovland, Irving L. Janis, dan Harold H. Kelley (1953). Teori ini merupakan pengembangan dari model S-R (Stimulus–Response), di mana pesan (stimulus) yang disampaikan komunikator langsung dianggap menimbulkan respon tertentu pada komunikan. Namun, model S-O-R lebih kompleks karena menambahkan elemen O (Organism), yaitu individu penerima pesan yang memproses stimulus sebelum akhirnya menghasilkan respon. Dengan demikian,

komunikasi dipahami sebagai proses yang tidak otomatis, tetapi bergantung pada kondisi psikologis, sosial, dan kognitif penerima pesan. Komponen Teori S-O-R berupa:

1. Stimulus (S)

Rangsangan atau pesan yang diberikan komunikator kepada komunikan. Stimulus bisa berupa kata-kata, gambar, simbol, tindakan, bahkan pengalaman belajar. Dalam penelitian ini: stimulus dapat berupa pesan motivasi, teknik menggambar, metode pembelajaran kreatif, maupun pameran seni yang diselenggarakan Yurikaart.

2. Organism (O)

Penerima pesan (komunikan) yang tidak pasif, melainkan mengolah, menafsirkan, dan memfilter stimulus sesuai dengan pengetahuan, pengalaman, serta kondisi emosionalnya. Dalam penelitianmu: siswa Yurikaart yang memproses pesan dari instruktur berdasarkan minat, pengalaman seni sebelumnya, motivasi pribadi, dan dukungan lingkungan.

3. Response (R)

Reaksi atau tanggapan dari komunikan setelah memproses stimulus. Respon bisa berupa perubahan sikap, pengetahuan, perilaku, atau minat. Prinsip Utama Teori S-O-R adalah komunikasi tidak bersifat linier langsung ($S \rightarrow R$), tetapi melalui proses psikologis dan kognitif penerima pesan (O). Efektivitas komunikasi ditentukan oleh kualitas stimulus (apakah menarik, relevan, dan meyakinkan) serta kondisi organisme (apakah terbuka, termotivasi, dan memiliki kebutuhan sesuai stimulus).

Respon yang dihasilkan bisa positif (sesuai harapan) atau negatif (menolak pesan), tergantung bagaimana stimulus diproses.

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R). Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Yurikaart Class berperan sebagai stimulus (S) yang diberikan kepada siswa melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti komunikasi interpersonal, instruksional, motivasional, dan pemanfaatan media sosial. Stimulus tersebut kemudian diproses oleh siswa sebagai organisme (O), yang mencakup persepsi, sikap, emosi, serta motivasi dalam mengikuti kegiatan menggambar. Proses internal ini memengaruhi cara siswa memahami dan merespons pesan yang diterima.

Selanjutnya, proses tersebut menghasilkan respons (R) berupa meningkatnya minat siswa terhadap kegiatan menggambar. Peningkatan minat ini menjadi indikator keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Berdasarkan alur tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis “Strategi Komunikasi Yurikaart Class dalam Meningkatkan Minat Menggambar pada Siswa” sebagai bentuk integrasi antara stimulus, proses internal siswa, dan respons yang dihasilkan.

