

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 KAJIAN TEORITIS

##### 2.1.1 UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI

Verderber dalam buku “*Komunikasi Interpersonal: Panduan Membangun Keterampilan Relasional Kontemporer*” oleh Suwanto (2023) bahwa unsur-unsur dalam komunikasi interpersonal terdiri dari pesan, pengirim pesan, dan penerima pesan; mekanisme pengolahan isi pesan yang digunakan oleh pengirim; dan mekanisme interpretasi pesan yang digunakan oleh penerima. Dalam poin ini juga meliputi proses interaksi dan komposisi yang digunakan selama komunikasi berlangsung dalam pertukaran pesan.

1. Pesan (*Messages*)

Pesan merupakan hal terpenting dalam komunikasi. Pesan berisikan kata-kata, hal-hal, bahkan sikap non-verbal untuk menyampaikan sebuah pikiran, perasaan, makna, dan apa yang dimaksud oleh pembicara. Pengirim dan penerima pesan bergantian dalam mengirimkan dan menafsirkan pesan yang diterima. Proses ini disebut dengan *decoding* atau penafsiran pesan yang diterima dari orang lain.

2. Koordinasi Interaksi (*Interaction Coordination*)

Koordinasi interaksi dilakukan oleh anggota yang berkomunikasi untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan perilaku pihak lain. Koordinasi interaksi ini biasanya disebut dengan komunikasi secara non-verbal atau dengan gerakan dalam menanggapi dan

mengantisipasi gerakan lawan bicaranya. Hal ini bertujuan agar kegiatan antara tindakan dan kata-kata yang disampaikan sesuai dengan makna pesan sesungguhnya.

### 3. Konteks Komunikasi (*Communication Context*)

Pembuatan pesan, penerimaan pesan, dan koordinasi interaksi yang terjadi dalam konteks komunikasi merupakan alur situasi latar belakang yang melingkupi interaksi. Konteks komunikasi meliputi beberapa faktor, yaitu faktor fisik, sosial, sejarah, psikologis, dan budaya yang memengaruhi pemahaman dalam komunikasi. Konteks komunikasi juga bisa saja menjadi sebuah dorongan atau hambatan dalam proses komunikasi.

Tabel 2. 1 Faktor yang mempengaruhi proses komunikasi

Fisik	Latar tempat terjadinya komunikasi di mana seseorang berbicara dengan orang lain di ruang fisik yang sama. Kondisi dan suasana lingkungan ruang fisik dapat memengaruhi keberhasilan komunikasi. Misalnya, ruangan yang sangat berisik atau cuaca yang panas dapat mengganggu proses pertukaran pesan pada masing-masing individu, bahkan mampu kehilangan fokus.
Sosial	Jenis kedekatan hubungan antara seseorang dengan orang lain yang akan berkomunikasi. Biasanya seseorang akan berbeda ketika berbicara dengan yang tidak setara dengannya, misalnya dosen, orang tua, ketua anggota, dan teman sebaya.

	Konteks sosial ini juga memengaruhi seberapa tepat penafsiran pesan yang akan diterima.
Sejarah	Latar belakang atau kisah berdasarkan komunikasi sebelumnya antara seseorang dan orang yang diajak berbicara.
Psikologis	Perasaan tiap individu yang dibawa ke pertemuan interpersonal.
Budaya	Keyakinan, sikap, dan perilaku yang umum pada budaya dalam masing-masing individu yang berkomunikasi. Hal ini sangat berpengaruh pada penafsiran pesan yang disampaikan ketika berinteraksi. Terkadang budaya dan pola perilaku yang berada dari budaya berbeda bisa menimbulkan kesalahpahaman sehingga proses komunikasi tidak berjalan dengan baik.

### 2.1.2 POLA KOMUNIKASI

Pola komunikasi berdasar dari kata pola dan komunikasi, dan didefinisikan sebagai model, yaitu cara menunjukkan sebuah objek yang memiliki kompleksitas proses dan hubungan antara komponen pendukungnya (Wiryo, 2004:9). Kata komunikasi menurut Everret M. Rogers yang dikutip Cangara (2007:60) adalah cara di mana sebuah ide dipindahkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan pemahaman untuk mengubah tingkah laku.

Pola komunikasi, suatu model dari proses komunikasi, sehingga menghasilkan berbagai macam model komunikasi. Dengan bermacamnya

model yang dihasilkan dari proses komunikasi mampu menemukan pola komunikasi yang tepat dan lebih akurat digunakan dalam berkomunikasi (Abidin, 2017).

Model komunikasi yang dihasilkan dari proses komunikasi ada berbagai macam, diantaranya:

#### 1. Model Komunikasi Primer

Pada model komunikasi primer, seorang komunikator menyampaikan pemikirannya kepada komunikan dengan menggunakan simbol-simbol sebagai media penyaluran pesannya. Simbol sebagai media utama dalam menyampaikan pesan tanpa adanya bantuan alat teknologi. Menurut Effendy dalam bukunya "*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*" bahwa penyampaian makna atau intuisi seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol sebagai media, contohnya bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang membuat komunikan mampu memahami langsung makna dari pikiran atau perasaan komunikator. Dalam model ini terbagi menjadi dua simbol, yaitu simbol verbal dan simbol non-verbal.

#### 2. Model Komunikasi Sekunder

Berbeda dengan primer, model komunikasi sekunder ini melakukan proses komunikasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan bantuan alat sebagai media penyampaian pesan. Fungsi alat yang digunakan komunikator sebagai sarana komunikasi jarak jauh atau komunikan dalam jumlah yang banyak.

Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1994) memaparkan bahwa sebuah komunikasi dapat dikatakan sukses ketika pesan yang diberikan oleh komunikator sesuai dengan standar yang ditetapkan, yaitu cocok dengan panduan fenomena dan pengertian yang didapatkan oleh komunikan. Jika fenomena komunikator sama dengan kategori fenomena komunikan, komunikan akan lancar dan berhasil. Demikian dengan sebaliknya, apabila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang pengalaman komunikator, akan menimbulkan kesulitan dan pesan tidak tersampaikan dengan baik karena antara satu sama lain tidak saling mengerti.

### 3. Model Komunikasi Linear

Pada model linear ini mudah dipahami dan mendefinisikan sebuah komunikasi yang berlangsung dengan satu arah. Alur pesan yang diberikan bernilai langsung dari si pengirim pesan ke penerima pesan. Pada konsep model linear ini tidak adanya timbal balik dari si penerima pesan sehingga bernilai komunikasi yang pasif.

Model komunikasi linear ini sama seperti model komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli seperti Aristoteles dan Lasswell. Menurut Aristoteles, model komunikasi ini yang paling klasik karena hanya memerlukan tiga unsur yaitu, pembicara sebagai pengirim pesan, pesan yang akan disampaikan, dan pendengar sebagai penerima berita. Sedangkan menurut Lasswell mencerminkan cara komunikasi dan fungsi-fungsinya yang dibawa dalam masyarakat. Model komunikasi ini juga dianggap paling kuno

namun hingga kini tetap dipakai untuk beberapa orang saja (Efendi, dkk., 2023).

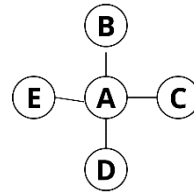
#### 4. Model Komunikasi Sirkular

Sirkular yang memiliki makna bulat, lingkaran, bundar, atau keliling ini mengartikan bahwa model komunikasi ini adanya umpan balik, yaitu arus dari komunikator ke komunikan maupun komunikan ke komunikator. Berbeda dengan model komunikasi linear, adanya hal ini menjadikan bukti nyata utama keberhasilan proses komunikasi.

Menurut Hasibuan (2019) dalam Jurnal "*Ilmu Komunikasi Network Media*", model komunikasi sirkular ini memungkinkan komunikan memodifikasi atau menyesuaikan pesan berdasarkan umpan balik yang diterimanya. Ketika komunikator menerima pesannya, mereka dapat mengevaluasi apakah pesan yang disampaikan berhasil atau perlu perbaikan. Dengan hal ini dapat menciptakan komunikasi yang lebih interaktif dan berkesinambungan. Model komunikasi ini sangat efektif untuk komunikasi tatap muka, di mana umpan balik bisa diberikan secara langsung.

Pola komunikasi ada beberapa macam. Menurut Joseph A. Devito dan Stephen P. Robbins (2013), pola komunikasi ditentukan berdasarkan bagaimana kumpulan individu dalam kelompok tersebut berkomunikasi.

##### 1. Pola Komunikasi Roda



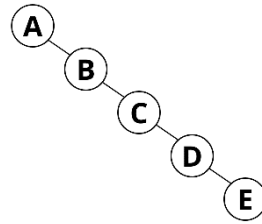
Gambar 2. 1 Ilustrasi Pola Komunikasi Roda

Pola komunikasi roda mendefinisikan pola satu orang kepada orang yang lebih, yaitu (A) berkomunikasi kepada (B), (C), (D), dan (E). Semua hasil akhir, perintah, hingga kepengawasan terpusat pada satu orang saja yang memimpin komunikasi lainnya sehingga tidak adanya interaksi antar satu komunikasi dengan komunikasi yang lain. Pola komunikasi ini biasanya menjadikan (A) sebagai sumber komunikasi, lalu informasi akan dikirimkan ke semua bawahannya (Yudistiro, 2006).

Contoh Ilustrasi :

Ada satu orang yang disebut sebagai pemimpin. Pemimpin ini mampu berhubungan dan berkomunikasi dengan semua anggotanya, tetapi masing-masing anggota kelompoknya hanya mampu berhubungan dan berkomunikasi dengan ketuanya.

## 2. Pola Komunikasi Rantai



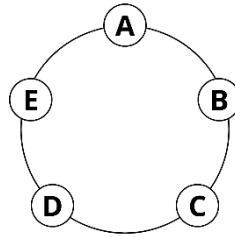
Gambar 2. 2 Ilustrasi Pola Komunikasi Rantai

Seorang (A) berkomunikasi dengan (B), (B) berkomunikasi dengan (C), (C) seterusnya ke (D), demikian begitu seterusnya. Pada pola komunikasi ini memiliki lima tahapan atau tingkatan yang biasanya disebut dengan komunikasi satu arus, baik ke atas atau ke bawah, ke depan atau ke belakang. Pola ini juga biasanya disamakan dengan pola komunikasi lingkaran, namun yang membedakannya adalah orang yang paling atas atau paling bawah, orang paling depan atau paling belakang, hanya mampu berkomunikasi dengan satu orang saja.

Contoh Ilustrasi :

Pada sebuah perusahaan, direktur akan memberikan perintah pada para karyawannya melalui manajer. Setelah perintah sampai di manajer, manajer akan melanjutkan pesan tersebut pada kepala divisi yang ada di perusahaan tersebut. Yang terakhir adalah masing-masing kepala divisi menyampaikannya pada karyawan di divisinya. Begitu juga sebaliknya, jika ada kendala atau laporan yang diharuskan menuju pada direktur, harus melakukan komunikasi kebalikannya.

### 3. Pola Komunikasi Lingkaran



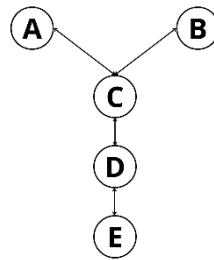
Gambar 2. 3 Ilustrasi Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi sedikit sama dengan pola rantai, akan tetapi terakhir (E) berkomunikasi lagi pada orang pertama (A). Pola komunikasi lingkaran ini tidak mempunyai ketua, seluruhnya yang berada dalam pola ini memiliki posisi atau kedudukan yang sama rata. Setiap anggotanya mampu berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisinya. Menurut T. Hani Handoko (2013) mengatakan bahwa pola ini adalah bentuk yang tidak terpusat atau pemencaran (Yanduty, 2020).

Contoh Ilustrasi :

Digunakan pada saat diskusi kelompok kecil tanpa pemimpin, namun hal ini dinilai lambat dalam memecahkan sebuah solusi dan cenderung menimbulkan masalah karena terlambatnya informasi tersampaikan.

#### 4. Pola Komunikasi Y



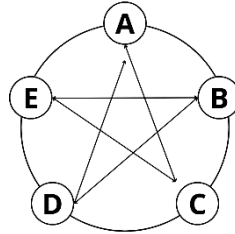
Gambar 2. 4 Ilustrasi Pola Komunikasi Y

Pola Y ini memiliki ketua yang pasti. Para partisipan dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang yang lain. Namun dari ketiga partisipan tersebut memiliki keterbatasan mampu berkomunikasi dengan satu orang partisipan.

Contoh Ilustrasi :

Informasi dapat mengalir dari pusat menuju masing-masing individu di cabang, tetapi tidak semua anggota dapat langsung berkomunikasi antar satu sama lain. Pola komunikasi seperti ini biasanya digunakan dalam struktur organisasi atau tim, di mana peran pemimpin sebagai penghubung utama dalam mengarahkan informasi ke setiap bagian sesuai dengan kebutuhan yang ada.

## 5. Pola Komunikasi Bintang



Gambar 2. 5 Ilustrasi Pola Komunikasi Bintang

Pada pola komunikasi bintang ini, semua anggota saling berkomunikasi satu sama lainnya. Pola ini hampir sama dengan pola komunikasi lingkaran, tidak memiliki pemimpin dan kedudukan posisinya sama rata, semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk saling mempengaruhi anggota yang lain. Menurut Stephen P. Robbins, semua anggota mampu melakukan interaksi timbal balik tanpa mengetahui dan melihat siapa pemimpinnya. Selain itu tidak adanya batasan dalam melakukan interaksi dengan berbagai anggota (Brahmana, dkk., 2020). Dengan pola komunikasi ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimal.

Contoh Ilustrasi :

Ketika suatu organisasi atau perusahaan mengadakan rapat terbuka yang setiap anggotanya mendapat kesempatan berbicara dan saling bertukar informasi tanpa batas. Hal ini menjadikan komunikasi menjadi lebih lancar, lebih mudah dipahami, dan lebih cepat memperoleh solusi.

### 2.1.3 BUDAYA NGOPI

Manusia merupakan makhluk sosial yang di mana kebutuhan utamanya adalah berinteraksi dengan manusia lainnya dengan tujuan mencukupi kebutuhan sehari-hari (Efendy, 2021). Banyak kegiatan yang mendukung interaksi antar manusia seperti kegiatan ngopi.

Kegiatan ngopi (minum kopi) di masa sekarang tidak hanya memiliki arti sekadar minum secangkir kopi hitam, namun ngopi yang sebenarnya ialah minum kopi di kedai kopi. Terutama istilah ngopi dipandangan anak muda akan banyak persepsi yang berbeda. Ketika anak muda sudah membahas tentang ngopi, mereka akan bertanya lokasi kedai kopi yang akan dihampiri (Lestari & Indriastuti, 2022). Kedai kopi menjadi tempat yang tepat untuk berbincang karena perasaan yang dilakukan berbeda dengan ngopi di rumah, selain itu komunikasi akan lebih leluasa. Bahkan ngopi telah menjadi sebuah budaya bagi beberapa orang, dalam sehari mereka harus melakukan kegiatan minum kopi di luar rumah. Meningkatnya permintaan kopi di masyarakat mendorong munculnya kedai kopi dan *coffeeshop* (Prilani & Orwela, 2021).

Melalui budaya ngopi ini dapat terlihat sikap, cara hidup, juga pola aktivitas tertentu yang telah menjadi suatu kebiasaan, berupa ngopi dan nongkrong di kedai kopi (Lestari & Indriastuti, 2022). Tidak sedikit orang yang menganggap ngopi merupakan kegiatan yang sia-sia dan membuang waktu, karena budaya ngopi memang bukan untuk semua orang meski mampu menjangkau semua kalangan.

### 2.1.4 NGOPI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI

Ragam aktivitas di kedai kopi terjadi saat melakukan kegiatan ngopi. Dari aktivitas yang dilakukan pastinya menimbulkan interaksi sosial yang tidak

sedikit, hal ini membuktikan bahwa dari ngopi mampu menghasilkan jejaring sosial baru. Fenomena seperti ini menggambarkan bahwa ngopi merupakan salah satu sarana komunikasi, baik itu dengan pegawai, pelayan, atau sesama pengunjung yang datang ke kedai kopi tersebut.

Kedai kopi menjadi sarana masyarakat melakukan komunikasi dengan nyaman dan leluasa, maksudnya situasi yang dihadapi tidak terbilang formal dan tanpa adanya topik pembahasan tertentu. Komunikasi yang dilaksanakan juga tanpa batasan usia yang artinya segala kalangan mampu berinteraksi dan bersosialisasi di kedai kopi sambil menikmati hidangannya.

Kedai kopi pada zaman sekarang lebih banyak dinikmati oleh anak muda seperti mahasiswa. Pada beberapa kota yang berisi perantau mahasiswa memiliki banyak sekali kedai kopi, bahkan ada daerah-daerah yang berisi penuh dengan kedai kopi. Beragam kedai kopi dengan beragam sajiannya menjadi pilihan kenyamanan pengunjung dalam berkumpul untuk menjadikan sarana komunikasi mereka.

## 2.2 PENELITIAN TERDAHULU

### 1. Penelitian Pertama

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Pertama

Nama Peneliti	Musairil Khakamulloh, Mayasari, Eka Yusup
Tahun Penelitian	2020
Judul Penelitian	Analisis Pola Komunikasi Budaya Ngopi Di Komunitas Karawang Menyeduh

Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memberi tahu pola komunikasi yang dianalisis berdasarkan fenomena komunikatif yang ada di dalam kegiatan <i>kopdar</i> .
Metode Penelitian	Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif jenis pendekatan etnografi komunikasi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi tanpa partisipan, wawancara, dan dokumentasi.
Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bentuk komunikasi verbal dan non-verbal, yang melibatkan para partisipan lebih dari dua orang yang membentuk sebuah kelompok di Komunitas Karawang Menyeduh.
Perbedaan Penelitian	Pada penelitian yang dilakukan oleh Musairil Khakamulloh, Mayasari, dan Eka Yusup memiliki fokus analisis pola komunikasi pada suatu komunitas yang memiliki tujuan meningkatkan solidaritas dan interaksi dan pemahaman tentang budaya ngopi sebagai praktek komunitas. Sedangkan penelitian ini memiliki fokus komunikasi mahasiswa yang memiliki tujuan pemahaman tentang budaya ngopi sebagai sarana komunikasi.
Kontribusi Penelitian	Kontribusi terhadap penelitian ini adalah membantu melihat titik lemah penelitian dan kekuatan yang berhubungan dengan teori yang digunakan. Penelitian ini lebih fokus pada keterlibatan interaksi secara mendalam, tidak hanya secara simbolik. Selain itu juga sebagai pembanding atau refleksi.

## 2. Penelitian Kedua

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Kedua

Nama Peneliti	Ghozali Efendy
Tahun Penelitian	2021
Judul Penelitian	Budaya Ngopi Sebagai Sarana Komunikasi Mahasiswa IAIN Tulungagung
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa di IAIN Tulungagung dan mengetahui serta memahami fenomena budaya ngopi sebagai sarana media interaksi sosial.
Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan teknik analisa data milik Miles dan Huberman.
Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa melalui ngopi, mahasiswa IAIN Tulungagung dapat meningkatkan perluasan wawasan, menambah skill komunikasi sampai ke arah terjalannya sosialisasi menjadi semakin baik.
Perbedaan Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Ghozali Efendy memiliki fokus bahwa budaya ngopi sebagai sarana komunikasi mahasiswa dalam meningkatkan koneksi sosial antar mahasiswa. Selain itu, penelitiannya terfokus pada satu kampus saja. Sedangkan penelitian ini memiliki fokus bahwa budaya ngopi sebagai sarana komunikasi mahasiswa dan penelitian ini tidak terfokus hanya pada satu kampus saja, tetapi seluruh mahasiswa Kota Malang yang ngopi di Kedai Kopi Sinar Remaja. Selain itu, penelitian

	sebelumnya tidak membahas tentang pola komunikasi sehingga pada penelitian ini membahasnya.
Kontribusi Penelitian	Kontribusi pada penelitian ini memperkuat validitas fenomena budaya ngopi di kalangan mahasiswa mampu menjadi sarana komunikasi secara tidak formal.

### 3. Penelitian Ketiga

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Ketiga

Nama Peneliti	Ibnu Mubarooq
Tahun Penelitian	2020
Judul Penelitian	Pola Komunikasi Di Pondok Pesantren Gintungan Dalam Meningkatkan Program Tahfidzul Qur'an.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pola komunikasi dalam pembelajaran di Pondok Pesantren Gintungan terhadap pengajar ke murid dalam meningkatkan program tahfidzul qur'an.
Metode Penelitian	Metode penelitiannya adalah kualitatif studi kasus menggunakan pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.
Hasil Penelitian	Dalam penelitiannya menampilkan bahwa di Pondok Pesantren Gintungan menggunakan dua pola komunikasi, yaitu pola komunikasi Y dan pola komunikasi bintang. Sedangkan pola komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan program tahfidzul Qur'an adalah pola komunikasi interpersonal oleh ustadz dan pendamping program.

<p>Perbedaan Penelitian</p>	<p>Pada penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Mubaroq memiliki fokus pola komunikasi yang terstruktur untuk mendukung program tahfidzul Qur'an, berada di lingkungan dan komunikasi yang formal yaitu Pondok Pesantren Gintungan dengan subjek penelitian santri, pengurus santri, dan ustadz, serta memiliki tujuan untuk meningkatkan efektivitas program tahfidzul Qur'an. Sedangkan penelitian ini memiliki fokus pola komunikasi yang lebih santai, berada di lingkungan non formal yaitu Kedai Kopi Sinar Remaja dengan subjek penelitian mahasiswa aktif Kota Malang yang melakukan kegiatan nongkrong atau ngopi di lokasi tersebut.</p>
<p>Kontribusi Penelitian</p>	<p>Kontribusi pada penelitian ini adalah menekankan bahwa pentingnya dukungan secara emosional dalam kesuksesan dalam komunikasi, apapun pola komunikasi yang terjadi.</p>