

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Penelitian Terdahulu
1	Analisis Isi Kualitatif Instagram Ganjar Pranowo Terkait Manajemen Kesan Selama Periode 1 April 2020 Hingga 1 Mei 2020 Muhammad Isa 2021	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Metode penelitian ini menggunakan analisis isi (<i>content analysis</i>) kualitatif.	Penelitian ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo memanfaatkan Instagram sebagai panggung drama sesuai dengan teori dramaturgi. Media sosial digunakan oleh Ganjar sebagai panggung drama, kemudian Ganjar sendiri sebagai aktor dan subjek dalam akunnya, serta masyarakat dan wabah Covid-19 menjadi objeknya. Selain itu, di Instagramnya, Ganjar hanya menggunakan 3 strategi manajemen kesan, yaitu <i>ingratiation</i> , <i>self promotion</i> , dan <i>exemplification</i> .	Diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang belum sama sekali diangkat dalam penelitian ini, sehingga memperkaya studi ilmu komunikasi tepatnya dalam bidang ilmu gaya komunikasi	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu didalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kesan Ganjar Pranowo pada akun Instagram, berbeda dengan tujuan peneliti yaitu ingin menganalisis gaya komunikasi Ganjar Pranowo.
2	Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo Saat Berpidato Melalui Unggahan Di Media Sosial Youtube Ahmad Sayuti 2020	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode <i>field research</i> dan deskriptif kualitatif.	Penelitian ini menunjukkan bahwa Jokowi cenderung berkomunikasi dengan gaya komunikasi konteks tinggi (<i>high konteks</i>), ketika menyampaikan informasi dalam pidatonya Jokowi terlihat kerap menyembunyikan pesannya, dalam artian Jokowi lebih menekankan pesan implisit (tidak terang-terangan) melalui bahasa Non-verbal. Selain itu berdasarkan teori, Jokowi menggunakan dua gaya komunikasi saat berinteraksi, pertama	Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan analisis wacana kritis sehingga dapat menganalisis perubahan gaya komunikasi Presiden Joko Widodo	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu pada unit analisisnya, penelitian terdahulu 12ekni pada sosok Jokowi, sedangkan penelitian ini 12ekni pada sosok Ganjar Pranowo dan juga <i>platform</i> yang digunakan pada penelitian

				gaya komunikasi <i>The Equalitarian Style</i> , makna dibalik gaya komunikasi ini Jokowi ingin membangun kesetaraan berkomunikasi antara dirinya dengan audiens yang hadir melalui sapaan dan pakaian yang dikenakan.		terdahulu yaitu Youtube, sedangkan pada penelitian ini yaitu Instagram.
3	Gaya Komunikasi Pejabat Publik Berlatar Belakang Militer Dalam Penanganan Pandemi Covid-19 (Analisis Isi Kualitatif Pernyataan Luhut Pandjaitan Terkait Ppkn Darurat Pada Kanal Youtube Kompas Tv) Nuansa Islami 2021	Universitas Pembangunan Jaya	Pada penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif deskriptif.	Penelitian ini menunjukkan tiga gaya komunikasi yang paling banyak digunakan adalah <i>The Structuring Style</i> , <i>The Controlling Style</i> , dan <i>The Dynamic Style</i> . Tiga gaya komunikasi yang dominan tersebut selaras dengan komunikasi krisis yang berorientasi pada penyelesaian masalah secara cepat. Bentuk gaya komunikasi yang identik dalam komunikasi militer pun masih tampak sekalipun tidak dominan, mengingat posisi baru Ganjar Pranowo sebagai pejabat sipil.	Dari temuan tersebut, pejabat publik dalam menangani komunikasi saat krisis tidak hanya menggunakan gaya komunikasi yang orientasinya terbatas pada penyelesaian tugas, namun juga perlu menggunakan gaya komunikasi yang bersifat empatik serta humanis	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu dalam penelitian terdahulu menganalisis akun Luhut Pandjaitan dengan latar belakang militer. Sedangkan. Fokus penelitian ini yaitu sosok Ganjar Pranowo dalam sosialisasi penanganan Covid-19 media sosial Instagram dan juga menganalisis gaya komunikasi melalui komunikasi non-verbal.

Dalam kajian literatur yang pertama yaitu berjudul Analisis Isi Kualitatif Instagram Ganjar Pranowo Terkait Manajemen Kesan Selama Periode 1 April 2020 Hingga 1 Mei 2020 yang diteliti oleh Muhammad Isa, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2021. Metode penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif, Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo memanfaatkan Instagram menjadi anjung drama sesuai dengan teori dramaturgi. media umum dipergunakan oleh Ganjar menjadi

panggung drama, lalu Ganjar sendiri sebagai aktor serta subjek dalam akunnya. Selain itu, pada Instagramnya, Ganjar hanya memakai 3 taktik manajemen kesan, yaitu *ingratiation*, *self promotion*, serta *exemplification*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu didalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kesan Ganjar Pranowo pada akun Instagram, berbeda dengan tujuan peneliti yaitu ingin menganalisis gaya komunikasi yang digunakan Ganjar Pranowo.

Dalam Kajian literatur yang kedua yaitu berjudul Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo Saat Berpidato Melalui Unggahan Di Media Sosial Youtube yang diteliti oleh Ahmad Sayuti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Tahun 2020. Penelitian ini menggunakan Gaya Komunikasi, Komunikasi verbal dan non-verbal, Pidato, Media Sosial dan Youtube. Metode yang digunakan metode *field research* serta deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jokowi cenderung berkomunikasi dengan gaya komunikasi konteks tinggi, ketika menyampaikan informasi dalam pidatonya Jokowi terlihat kerap menyembunyikan pesannya, dalam artian Jokowi lebih menekankan pesan implisit melalui bahasa non-verbal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu pada unit analisisnya, penelitian terdahulu fokus pada sosok Jokowi, sedangkan penelitian ini fokus pada sosok Ganjar Pranowo dan juga platform yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu Youtube, sedangkan pada penelitian ini yaitu Instagram.

Dalam Kajian literatur yang ketiga yaitu berjudul Gaya Komunikasi Pejabat Publik Berlatar Belakang Militer Dalam Penanganan Pandemi Covid-19 (Analisis Isi Kualitatif Pernyataan Luhut Pandjaitan Terkait PPKM Darurat Pada Kanal Youtube Kompas Tv) Tahun 2021 Yang diteliti oleh Nuansa Islami, Mahasiswa Universitas pembangunan Jaya, pada Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan konsep Komunikasi, Komunikasi, Gaya Komunikasi, *Konfrensi pers*, Komunikasi Militeristik, Komunikasi Krisis, Kebijakan PPKM Darurat di Masa Pandemi Covid-19. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian mengungkapkan Hasil penelitian menunjukkan tiga gaya komunikasi yang paling banyak digunakan adalah *The Structuring Style*, *The Controlling Style*, dan *The Dynamic*

Style. Tiga gaya komunikasi yang dominan tersebut selaras dengan komunikasi krisis yang berorientasi pada penyelesaian masalah secara cepat. Bentuk gaya komunikasi yang identik dalam komunikasi militer pun masih tampak sekalipun tidak dominan, mengingat posisi baru Ganjar Pranowo sebagai pejabat sipil. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu dalam penelitian terdahulu menganalisis akun Luhut Pandjaitan dengan latar belakang militer. Sedangkan. Fokus penelitian ini yaitu sosok Ganjar Pranowo dalam sosialisasi penanganan Covid-19 media sosial Instagram dan juga menganalisis gaya komunikasi melalui komunikasi non-verbal.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata *communicato* dan *communis* artinya yaitu “sama” yang berarti sebuah makna. Dalam pengertian komunikasi yang di atas berdifat dasarnya, artinya yaitu dalam komunikasi harus memiliki kesamaan makna antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena dalam sebuah kegiatan komunikasi tidak hanya membutuhkan informatif, maksudnya adalah tidak hanya sekedar orang lain mengerti dan mengetahui tetapi juga harus bersifat persuasif, maksudnya adalah agar orang lain bersedia untuk menerima informasi yang diberikan atau suatu pesan yang disampaikan (Effendy, 2014, p. 9).

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa objek dalam studi ilmu komunikasi bukan hanya dalam penyampaian informasi, melainkan juga dilihat dari pendapat umum (*publik opinion*) dan sikap publik (*publik attitude*). Dalam kehidupan sosial maupun kehidupan politik komunikasi memiliki peran yang penting, pengertian komunikasi menurut Hovland menyatakan bahwa komunikasi adalah sebuah proses mengubah perilaku orang lain atau yang disebut *communication is the process to modify the behavior of other individuals*. Untuk memahami pengertian komunikasi secara efektif, para peminat ilmu komunikasi sering mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam

karyanya yaitu *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Dalam hal ini Lasswell menunjukkan bahwa dalam komunikasi meliputi lima unsur yang digunakan sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan tersebut, yaitu terdiri dari berikut ini: (Effendy, 2014, p. 10).

1. Komunikator atau *communicator, source, sender*
2. Pesan atau *Message*
3. Media atau *channel, media*
4. Komunikan atau *communicant, communicatee, receiver, recipient*
5. Efek atau *effect*

Dalam komunikasi verbal dapat dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator mampu diterima dan juga dipahami dengan baik oleh komunikan sebagai orang yang menerima pesan, atau dengan kata lain harus terjadi persamaan persepsi antara keduanya (Effendy, 2014, p. 9). Berdasarkan pada penjelasan di atas, dalam hal ini peneliti dapat mengatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses pengiriman pesan verbal dan non-verbal yang dapat mengubah perilaku. Selain itu komunikasi juga dapat dipahami sebagai sebuah proses di mana pesan verbal dan non-verbal yang dikirim, diterima, dan kemudian diberi makna oleh orang yang menerima pesan. Dalam penelitian ini peneliti akan memfokuskan pada pesan yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo dalam mensosialisasikan kebijakan vaksinasi covid-19. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan melihat dari proses penyampaian pesan melalui gaya komunikasi yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo.

2.2.1.1. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut Wiryanto (2009) yang dikutip oleh (Delis, 2013, p. 15) menyebutkan bahwa terdapat dua bentuk komunikasi yaitu sebagai berikut ini :

1. **Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata baik lisan maupun tulisan. Dalam komunikasi ini hanya dapat dilakukan oleh manusia, karena dalam komunikasi verbal, informasi yang disampaikan secara lisan atau verbal melalui apa yang disampaikan, selain itu juga dapat melihat arti kata yang diucapkan melalui tekanan suara melalui tinggi atau rendahnya dan lemah lembutnya suara, keras tidaknya suara, serta dalam perubahan nada suara (Delis, 2013, p. 15).

Komunikasi verbal menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi yang digunakan karena menggunakan kata-kata dalam memengaruhi orang lain, mencari informasi, bertukar pikiran, serta dalam mengemukakan sudut pandang. Karena komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang paling umum digunakan dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan (Chotimah, 2015, p. 43).

2. **Komunikasi Non-verbal**

Selanjutnya juga terdapat komunikasi non-verbal yang merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan pesan-pesan non-verbal. Istilah komunikasi non-verbal biasanya digunakan untuk melukiskan maksud dari pesan komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Komunikasi non-verbal dan komunikasi verbal tidak dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling melengkapi dalam komunikasi yang dilakukan sehari-hari (Delis, 2013, p. 15).

Menurut Sasa Djuarsa (2018) komunikasi non-verbal, yaitu “non” yang berarti tidak, dan verbal bermakna kata-kata (*words*), sehingga komunikasi non-verbal dimaknai sebagai sebuah komunikasi tanpa kata-kata. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa komunikasi non-verbal adalah sebuah komunikasi yang dilihat dari gerak-gerak tubuh (*gestures*), sikap (*postures*), ekspresi wajah (*facial expressions*), selain itu juga dapat dilihat dari pakaian yang bersifat simbolik, serta bahasa isyarat yang tidak menggunakan bahasa lisan ataupun tulisan

(Sendjaja, 2018). Dalam komunikasi non-verbal terdapat jenis-jenis penyampaian pesan komunikasi dengan gesture tubuh atau bahasa tubuh (Non-verbal) yaitu :

1. Pesan kinesik

a. Pesan *Fasial*

Wajah merupakan sebuah gambaran dalam menyampaikan suatu makna. Dalam berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat digunakan untuk menyampaikan makna seperti suasana kebahagiaan, suasana terkejut, suasana ketakutan, suasana kemarahan, suasana kesedihan dan lain sebagainya.

b. Pesan *Gestural*

Dalam pesan *gestural* menunjukkan bahwa gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan dapat mengkomunikasikan, serta menciptakan sebuah makna.

c. Pesan *Postural*

Dalam pesan *postural* dapat menunjukkan dengan Gerakan pada keseluruhan anggota badan, dalam hal ini makna yang dapat disampaikan dengan gerakan seluruh anggota badan.

2. Pesan proksemik

Selanjutnya yaitu pesan proksemik dimana pesan yang disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Secara umum menjaga jarak dapat menunjukkan kedekatan kita dengan orang lain.

3. Pesan artifaktual

Dalam pesan ini dapat diekspresikan melalui penampilan fisik, pakaian dan juga kosmetik yang kita gunakan. Karena orang lain sering hubungan mereka dengan orang lain berdasarkan pada persepsi mereka dalam gerakan tubuh (*body image*).

4. Pesan paralinguistik

Dalam pesan non-verbal juga melibatkan pengucapan pesan verbal yang disampaikan. Pesan verbal yang disampaikan dapat memiliki arti yang berbeda ketika diucapkannya secara berbeda.

Dilihat dari semua jenis komunikasi non-verbal, gerakan tubuh merupakan gerakan yang paling penting untuk diperhatikan. Hal ini karena dalam gerakan dalam kehidupan manusia gerakan tubuh adalah bentuk komunikasi non-verbal yang paling sering digunakan. Gerakan tubuh sendiri merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam komunikasi non-verbal. Berikut ini merupakan beberapa contoh gerak tubuh dalam komunikasi non-verbal sebagai berikut (Delis, 2013, pp. 19-21) :

1. Bahasa kepala

Gerakan Kepala	Pengertian
Kepala condong ke arah lawan bicara	Menunjukkan sebuah ketertarikan, kesetujuan, dan kesiapan dalam berdialog
Kepala menjauh secara mendadak	Menunjukkan kecuriga atau tidak terpercay
Kepala menopang dagu	Menunjukkan kebosanan
Kepala mengangguk	Menunjukkan kesetujuan
Kepala banyak menoleh	Tidak sabar, ingin menyudahi pembicaraan
Kepala sedikit terangkat	Menunjukkan kepercayaan diri, harga diri yang tinggi, kesombongan, kesiapan untuk bertindak
Kepala dimiringkan ke satu sisi atau diturunkan	Menunjukkan kelemahan, kelelahan, dan kemauan untuk berkompromi
Kepala tegak	Menunjukkan keadaan orang dalam kondisi, baik, waspada, dan kesiapan untuk berinteraksi.
Kepala menggeleng-geleng	Menunjukkan penolakan, atau ketidaksetujuan
Kepala agak menekuk dan kaki agak mengentak-entak	Menunjukkan kecemasan, kekesalan, atau kemarahan
Kepala menunduk ke bawah	Menunjukkan kesedihan, penolakan, atau bimbang, dan lain sebagainya

2. Bahasa mata

Gerakan Mata	Pengertian
Penghindaran tatapan mata	Menyembunyikan sesuatu
Lensa mata membesar	Menunjukkan sangat tertarik dengan pembicaraan
Lirik kanan/kiri	Menunjukkan kebosanan
Sorot mata tajam	Mengungkapkan adanya rasa ingin tahu yang besar atau ketidaksukaan.
Menghindari kontak mata	Menunjukkan tidak adanya keinginan untuk melakukan percakapan
Pandangan mata ke bawah	Menunjukkan rasa malu, bingung, atau berpikir sejenak

Pandangan mata mengarah ke suatu benda atau menatap kosong	Menunjukkan sedang tidak konsentrasi, dan lain sebagainya
--	---

3. Bahasa Wajah

Ekspresi Wajah	Pengertian
Wajah menebar senyum dengan mata berbinar	Menunjukkan perasaan senang, bangga, atau bahagia
Wajah dengan dahi berkerut dan mata menyipit	Menunjukkan kebingungan, atau sedang berpikir keras
Wajah dengan mata melotot disertai mulut tertutup rapat	Menunjukkan kemarahan
Wajah agak pucat dengan sorot mata sayu	Menunjukkan kesedihan, kekecewaan, gundah atau sakit
Wajah dengan sorot mata kaku disertai mulut yang mengatup	Menunjukkan kebingungan, kecemasan, atau perasaan takut
Kerutan kecil di sekitar mata	Menunjukkan kebahagiaan

4. Bahasa Kaki

Gerakan Kaki	Pengertian
Pada saat duduk, kaki selonjor bebas, atau salah satu ditumpangkan	Menunjukkan keadaan sangat santai
Dalam keadaan duduk, kaki pada posisi tegak	Menunjukkan kesiapan
Pada saat duduk, menggoyang-goyangkan sebelah kakinya atau kedua kaki	Menunjukkan keadaan bahwa yang bersangkutan sedang berupaya untuk santai atau cemas
Dalam keadaan berdiri, kaki terlihat tegak	Menunjukkan kesiapan
Dalam keadaan berdiri, kaki bergetar	Menunjukkan rasa takut, malu, atau rasa tidak biasa.

5. Bahasa tangan

Gerakan Tangan	Pengertian
Telapak disaku atau tertutup	Menunjukkan sedang menyembunyikan sesuatu
Mengepalkan tangan	Menunjukkan sedang merasakan tegang, marah, tidak nyaman, atau konsentrasi
Menutup mulut atau hidung	Menunjukkan indikasi sedang berbohong
Tangan diangkat dengan jari-jari dikepalkan	Menunjukkan keberhasilan

Sebenarnya banyak untuk mengklasifikasikan bahasa tangan, namun yang paling mendasar adalah pembagian menjadi gerakan yang tidak terkait dengan ucapan dan gerakan yang terkait dengan ucapan seperti berikut ini (Fatanti, 2017, p. 34) :



Gambar 1a. Gambar 1b. Gambar 1c. Gambar 1d.

Gambar 2.1. Gerak Tangan (Delis, 2013, pp. 19-21)

Gambar 1a	Telapak tangan bergerak ke atas menandakan kurangnya kepercayaan diri.
Gambar 1b	Telapak tangan yang diarahkan ke bawah menunjukkan ketegasan
Gambar 1c	Tangan terangkat dan diarahkan ke penonton adalah sinyal kepastian.
Gambar 1d	Tangan yang diarahkan ke pembicara mengungkapkan keinginan untuk mengambil kendali

6. Volume Suara dan Kelancaran Berbicara

Volume Suara	Pengertian
Suara yang berbisik dan lemah akan sulit didengar	Menunjukkan pribadi orang yang sulit membuka diri, susah mengutarakan perasaan, atau pemalu
Suara yang selalu berubah-ubah volumenya	Menunjukkan kesulitan, keraguan, atau merasa kurang mampu dalam membicarakan suatu topik yang sedang dibahas
Kelancaran dalam berbicara	Menunjukkan kesiapan dan penguasaan materi yang sedang dibicarakan
Sering gagap dan ragu	Menunjukkan ketidaktenangan, atau peka terhadap materi pembicaraan

Dapat disimpulkan bahwa baik secara komunikasi verbal maupun non-verbal pada akhirnya memegang peranan penting dalam menyampaikan suatu pesan. Selain itu dalam komunikasi verbal dan non-verbal dibutuhkan untuk mencapai komunikasi yang efektif, selain fungsinya untuk melengkapi, namun dalam komunikasi tersebut dapat menunjukkan perasaan seseorang. Meskipun dalam pesan verbal dapat terjadi kegagalan dalam memaknai sebuah pesan, namun dalam komunikasi non-verbal dapat membantu untuk menjelaskan maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan melihat bagaimana komunikasi verbal serta non-verbal yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo dalam melakukan sosialisasi vaksinasi covid-19 sebagai bentuk penanganan covid-19 melalui konten yang diunggah pada akun media sosial Instagram @ganjar_pranowo.

2.2.2. Gaya Komunikasi

2.2.2.1. Jenis-Jenis Gaya Komunikasi

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa setiap orang memiliki gaya tersendiri dalam menyampaikan suatu gagasan, pesan, serta informasi kepada orang lain dalam berkomunikasi. Hal tersebut dimaksudkan untuk mempengaruhi

komunikasikan agar dapat menimbulkan suatu efek sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator. Dalam jenis komunikasi versinya, dia membaginya menjadi enam, yakni *The Controlling Style*, *The Equalitarian Style*, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style*, *The Relinquishing Style*, *The Structuring*. Berikut ini merupakan penjelasan dari setiap jenis gaya komunikasi (Sendjaja, 2018, p. 4.15), Sebagai berikut ini :

2.2.2.2. *The Controlling Style*

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.15) Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, digambarkan dengan adanya keinginan atau tujuan untuk membatasi, memerintah dan mengarahkan perilaku, renungan dan reaksi orang lain. Orang yang menggunakan gaya korespondensi ini dikenal sebagai komunikator satu arah. Pesan-pesan yang datang dari komunikator satu arah ini melakukan apa pun yang diperlukan untuk tidak menawarkan rencana untuk dibicarakan bersama, melainkan mencoba mengungkapkan kepada orang lain apa yang mereka lakukan. Gaya pengendalian komunikasi ini secara teratur digunakan untuk meyakinkan orang lain untuk bekerja dan bertindak dengan sukses dan sebagian besar sebagai analisis. Bagaimanapun, gaya pengendalian ini secara teratur memiliki nada pesimis, membuat orang lain memberikan reaksi negatif juga (Sendjaja, 2018, p. 4.15). Bentuk gaya komunikasi yang mengontrol ini, lebih berpusat pada pengiriman pesan daripada upaya untuk berbagi pesan. Karena mereka tidak tertarik dan khawatir dikritik, kecuali jika masukan atau masukan itu digunakan untuk keuntungan mereka sendiri. Komunikasi satu arah ini tidak menekankan pada perspektif negatif pada orang lain, melainkan berusaha untuk memanfaatkan kemampuan untuk membatasi orang lain agar menyetujui perspektif mereka (Sendjaja, 2018, p. 4.16). Jika dilihat dari penjelasan tersebut, jenis gaya komunikasi yang pertama ini cenderung tertutup dan dapat diklasifikasikan sebagai bentuk komunikasi yang konservatif. Sebab, sifatnya yang hanya satu arah.

2.2.2.3. *The Equalitarian Style*

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.16) Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The Equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*). Pada gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Setiap anggota organisasi bisa mengatakan gagasan ataupun pendapat pada suasana yang santai serta informal. dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan serta pengertian bersama (Sendjaja, 2018, p. 4.16).

Seseorang yang menggunakan gaya komunikasi ini merupakan orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi (Sendjaja, 2018, p. 4.16). Dengan cara ini, komunikator dan komunikan juga sebagai orang pada umumnya dapat mengkomunikasikan pikiran atau perasaan dalam lingkungan yang longgar dan santai.

2.2.2.4. *The Structuring Style*

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.16) gaya komunikasi ini berstruktur serta memanfaatkan pesan secara verbal atau secara tertulis maupun lisan. Dalam gaya komunikasi ini berusaha untuk memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, karena pengirim pesan (*sender*) lebih berusaha untuk memberi perhatian dan memiliki keinginan untuk mempengaruhi orang lain.

Dari penjelasan ini, jenis ini lebih mengacu pada gaya korespondensi yang formal dan umumnya tidak kaku. Namun, jenis ini menikmati manfaat yang terukur dan matang, sehingga gaya korespondensi semacam ini sangat bagus untuk diterapkandalam mencapai tujuan hierarkis (Sendjaja, 2018, p. 4.16).

2.2.2.5. The Dynamic Style

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.17) gaya komunikasi ini merupakan jenis gaya komunikasi yang dinamis karena memiliki kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). *The Dynamic Style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun *supervisor* yang membawahi para wiraniaga (*salesman*). Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut (Sendjaja, 2018, p. 4.17).

2.2.2.6. The Relinquishing Style

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.17) gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau *sender* sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya (Sendjaja, 2018, p. 4.17). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan, jika jenis gaya komunikasi ini bersifat lebih humanis, sebab komunikator dapat mengakomodir pendapat serta gagasan dari publiknya atau lawan bicaranya. Tentu hal ini merupakan salah satu gaya komunikasi ideal yang semestinya dimiliki oleh pemimpin.

2.2.2.7. *The Withdrawal Style*

Menurut Sasa Djuarsa (2018:4.18) gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang konkret adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggungjawab tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya komunikasi ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi (Sendjaja, 2018, p. 4.18).

Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa *The Equalitarian Style of communication* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *Structuring*, *Dynamic*, dan *Relinquishing* dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Gaya komunikasi yang terakhir: *The Controlling Style dan The Withdrawal Style* gaya komunikasi ini cenderung berusaha untuk tidak berinteraksi atau melakukan komunikasi. (Sendjaja, 2018, p. 4.18).

Dari gambaran keseluruhan dari penggambaran di atas, Sasa Djuarsa berpendapat bahwa gaya komunikasi *The Equalitarian Style Of Communication* yang merupakan gaya komunikasi ideal untuk digunakan dalam mengelola populasi umum dan kepentingan yang berbeda. Sementara itu, tiga gaya lainnya, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style dan The Relinquishing Style* dapat digunakan untuk meyakinkan dalam memberikan hasil yang berguna bagi sebuah organisasi. Sedangkan dua gaya korespondensi terakhir: *The Controlling Style dan The Withdrawal Style* cenderung berusaha untuk menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat dan produktif.

Sehingga dari penafsiran konsep gaya komunikasi tersebut, dapat diketahui bahwa setiap individu memiliki ciri-ciri khas gaya komunikasi yang berbeda-beda. Gaya komunikasi ini diciptakan agar masing-masing dari kita memiliki gaya komunikasi yang unik. Gambaran umum yang diperoleh dari

uraian di atas dan sesuai dengan konsep menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam penelitian Nuansa (Islami, Nuansa, 2021), adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2. Indikator dan Definisi Operasional

No.	Kategori	Indikator	Bentuk
1.	<i>The Controlling Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Memberi perintah
			Mempersuasi
			Menggunakan kekuasaan
2.	<i>The Equalitarian Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Akrab
			Hangat
			Menstimulasi
3.	<i>The Structuring Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Menekankan pengertian Bersama
			Objektif
			Mensistemisasi
4.	<i>The Dynamic Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Menegaskan prosedur dan aturan
			Agresif
			Mengendalikan
5.	<i>The Relinquishing Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Menumbuhkan sikap untuk bertindak
			Ringkas dan singkat
			Menerima pendapat orang
6.	<i>The Withdrawal Style</i>	Tanda Verbal Tanda Non-verbal	Mengalihkan tanggung jawab pada orang lain
			Mendukung gagasan orang lain
			Independen/berdiri sendiri
			Menghindari komunikasi
			Mengalihkan persoalan

Sumber : (Islami, Nuansa, 2021)

Dalam penelitian ini, peneliti menilai bahwa konsep gaya komunikasi versi Sasa Djuarsa Sendjaja dapat menjadi unsur penting dan cocok untuk diaplikasikan dalam penelitian ini. Maka dari itu peneliti memutuskan memilih enam konsep gaya komunikasi ini sebagai acuan dalam menganalisa unit analisis nantinya.

2.2.3. Instagram

Menurut Mulyana (2007) *new media* berasal dari kata “new” yang artinya yaitu baru dan “media” yang artinya yaitu alat yang digunakan sebagai sumber dalam menyampaikan pesan kepada penerima. Istilah *new media* didasari oleh adanya teknologi komputer dan internet (Marbun, 2019, pp. 19-21). Menurut McQuail (2011) mendefinisikan bahwa media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdistribusi melalui pesan pada satelit untuk meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan computer, sehingga terdapat keterlibatan *audiens* dalam proses komunikasi media baru (Marbun, 2019). Salah satu bentuk

penggunaan komunikasi media baru yaitu dapat dilihat dari media sosial Instagram.

Media Jejaring sosial Instagram berasal dari kata *insta* yang berarti *instan*, kata ini terinspirasi dari kamera polaroid yang jauh lebih mudah atau instan untuk digunakan. Fungsi pembuatan Instagram dimaksudkan sebagai *platform* media sosial untuk berbagi foto instan, sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram, yang memiliki maksud dan tujuan berbeda dari platform media sosial untuk berbagi foto dan menjadi video yang dapat disajikan Instagram. Sebagai media penyampaian informasi secara cepat, seperti halnya pada Telegram untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Perbedaannya adalah Instagram menyampaikann informasi yaitu dalam bentuk gambar dan video, sehingga lebih memudahkan pengguna Instagram untuk memahami apa yang ingin mereka sampaikan, dengan tetap digunakan sebagai sumber referensi yang bertanggung jawab (Nurudin, 2012, p. 53). Dalam *platform* media sosial Instagram terdapat beberapa fitur andalan antara lain:

- a. Pengikut (*Followers*) dan Mengikuti (*Following*), sistem sosial di Instagram bertujuan untuk menjadi pengikut akun pengguna lain dan sebaliknya dengan memiliki pengikut di Instagram.
- b. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (*Posting*), Instagram digunakan sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video dengan pengguna lain.
- c. Tanda suka (*Like*), Instagram juga memiliki fitur Like yang memungkinkan pengguna lain untuk menyukai foto yang diunggah oleh pengguna lain.
- d. Efek (*Filter*), Instagram dalam versi aslinya memiliki efek yang dapat digunakan pengguna ketika ingin mengedit foto.
- e. *Instastory*, Kapanjangan dari Instagram *stories*. *Instastory* sendiri merupakan fitur Instagram yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video yang akan dihapus secara otomatis dalam waktu 24 jam.
- f. Arsip Foto, Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi.

- g. *Closefriend*, dalam fungsi ini, pengguna dapat berbagi foto atau video yang hanya dapat diakses oleh pengguna lain yang dipilih.
- h. Siaran langsung (*Instagram Live*), Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyiarkan video langsung tanpa batas waktu.
- i. IG TV, Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah video lebih dari 1 menit, tetapi tidak akan disimpan di profil unggah.

Berdasarkan fitur di atas, Instagram juga dapat digunakan sebagai alternatif album foto dan video. Setiap postingan Instagram tidak memiliki batasan waktu, artinya kita bisa selalu melihat foto atau video yang sudah diposting, bahkan dalam waktu yang lama. Instagram juga digunakan sebagai sarana hiburan, berita dan penyebaran informasi. Namun, ada juga pengguna yang menggunakan akun Instagramnya untuk berbagi informasi dalam melakukan penanganan covid-19. Salah satu akun Instagram yang memuat tentang informasi penanganan covid-19 yaitu dalam akun Instagram @ganjar_pranowo.

2.2.4. Video Sosialisasi Vaksinasi Covid-19

Video adalah rekaman gambar hidup atau dengan kata lain video adalah gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video sebenarnya berasal dari kata latin *videovisum* yang berarti “melihat” atau (*to have power to see*) untuk dapat menonton (Narendra, 2017). Di sisi lain, menurut Azhar Arsyad (2011), ia mengklaim bahwa video adalah gambar dalam *frame*, di mana *frame* demi *frame* diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa video adalah salah satu jenis media audiovisual yang dapat menggambarkan suatu objek bergerak beserta suara alam atau suara yang sesuai. Kemampuan video untuk melukis gambar dan suara yang jelas memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, menjelaskan proses, menjelaskan konsep *kompleks*, mengajarkan keterampilan, menambah atau mengurangi waktu, dan memengaruhi sikap. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa video adalah salah satu jenis media *audio visual* yang dapat menggambarkan suatu objek bergerak

dengan suara alami atau suara yang sesuai. Video dapat menyajikan informasi, menjelaskan proses, menjelaskan konsep *kompleks*, mengajarkan keterampilan, mempersingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap (Narendra, 2017, p. 9).

Menurut Macleaver kegiatan sosialisasi adalah sebuah proses untuk mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan yang diperlukan untuk berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan bersosial (Lindriati, 2017), Menurut Macleaver manfaat adanya sosialisasi dalam masyarakat yaitu terbagi menjadi dua tahap, yang pertama manfaat bagi individu, sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam mengenal serta menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik nilai, norma, dan struktur sosial yang ada didalam masyarakat. Selanjutnya yang kedua bagi warga , pengenalan berfungsi sebagai alat untuk melestarikan, penyebaran, dan mewariskan nilai, tata cara, serta kepercayaan yang ada didalam rakyat. yang dilakukan oleh individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial.

Sedangkan pengertian sosialisasi pada arti luas yaitu suatu proses hubungan serta pembelajaran yang dilakukan seorang semenjak lahir sampai akhir hayatnya. sebab pada suatu budaya warga , melalui proses sosialisasi maka seseorang bisa memahami serta menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan nilai budaya yg berlaku dimasyarakat. menggunakan istilah lain, menjadi individu dapat mengkaji serta menyebarkan pola-pola sikap sosial dalam proses pendewasaan diri. menggunakan begitu, nilai, adat, dan kepercayaan dapat dijaga oleh seluruh anggota rakyat. Beberapa tahapan pada pengenalan dari Robert MZ Lawang (Lindriati, 2017).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa video sosialisasi merupakan suatu rekaman yang berisikan suatu informasi yang bertujuan untuk menyebarkan suatu hal yang baru entah itu pengetahuan, keterampilan atau hal lainnya kepada masyarakat agar masyarakat dapat memahami dan menghayati sekaligus dapat ikut aktif dan terlibat dalam bermasyarakat.

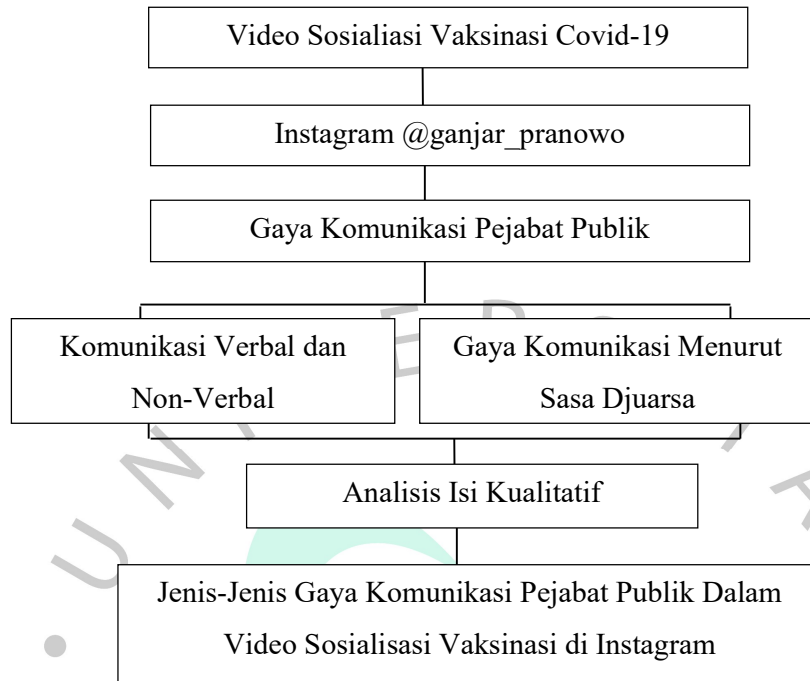
Video sosialisasi dalam penelitian ini yaitu video sosialisasi mengenai vaksinasi covid-19. Vaksin sendiri adalah produk biologis yang bersifat antigen berupa mikroorganisme yang telah meninggal atau yang masih hayati yang

dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, atau berupa toksin mikroorganisme yang sudah diolah sebagai toksoid atau protein rekombinan, yang dibubuhi menggunakan zat lainnya, yang apabila diberikan pada seorang akan mengakibatkan kekebalan khusus secara aktif terhadap penyakit tertentu. sedangkan vaksin covid-19 merupakan vaksin yang diberikan untuk menanggulangi covid-19. vaksin covid-19 adalah satu diantara langkah pemerintah dalam menaruh kebijakan untuk mengatasi penyebaran covid-19 (Kemenkes, 2021). Kebijakan vaksinasi covid-19 di Indonesia diatur melalui Keputusan Presiden Nomor 1.99 Tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Covid-19. Selain itu, sesuai Instruksi Presiden untuk program vaksinasi covid-19 (Kemkes.go.id, 2022) menyebutkan bahwa :

1. Vaksin covid-19 diberikan secara gratis dan masyarakat tidak dikenakan biaya sama sekali.
2. Seluruh jajaran kabinet, kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah agar memprioritaskan program vaksinasi pada tahun anggaran 2021.
3. Memprioritaskan dan merelokasi anggaran lain terkait ketersediaan dan vaksinasi secara gratis.
4. Presiden akan menjadi yang pertama mendapat vaksin covid-19. Tujuannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat bahwa vaksin yang digunakan aman.
5. Meminta masyarakat untuk terus menjalankan disiplin 3M yaitu memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan.

Penelitian ini meneliti pesan yang terdapat didalam video sosialisasi vaksinasi Covid-19 yang diunggah pada akun Instagram @ganjar_pranowo. Dalam konten video sosialisasi tersebut berisikan tentang kebijakan program vaksinasi untuk masyarakat Jawa Tengah.

2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2. Kerangka Berpikir

Sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian, peneliti membahas bentuk bentuk dari gaya komunikasi yang Ganjar Pranowo dalam video sosialisasi pelaksanaan program vaksinasi covid-19 pada akun Instagram @ganjar_pranowo. Dimulai dari fenomena yang terdapat didalam video sosialisasi vaksinasi covid-19. Selanjutnya peneliti masuk lebih fokus pada mencari gaya komunikasi pejabat publik dengan menggunakan konsep maupun teori yang mendukung yaitu komunikasi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, Instagram, Video sosialisasi vaksinasi covid-19, serta gaya komunikasi dari Sasa Djuarsa di mana dia mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi enam, yakni *The Countrolling Style*, *The Equalitarian Style*, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style*, *The Relinquishing Style* Dan *The Withdrawal Style*. Serta penggunaan pendekatan penelitian kualitatif serta metode analisis ini kualitatif guna menganalisis data yang sudah peneliti kumpulkan. Sehingga, dapat mengetahui bentuk-bentuk gaya komunikasi pejabat publik dalam video sosialisasi pelaksanaan program vaksinasi covid-19 pada akun Instagram @ganjar_pranowo.