

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gaya Komunikasi

1. Pengertian Gaya Komunikasi

Gaya atau *style* merupakan bentuk atau perwujudan atau tampilan visi (cita cita) misi (cara) mencapai tujuan. Gaya dapat terlihat pada bahasa lisan, tulisan dan tampilan (gerakan fisik) yang sebenarnya untuk mempengaruhi orang lain¹⁹. Dapat diartikan juga sebagai segala sesuatu yang memiliki karakteristik, kekhususan, dan tata cara dalam kehidupan suatu masyarakat tertentu. Gaya dapat terlihat pada bahasa lisan, tulisan dan tampilan (gerakan fisik) yang sebenarnya untuk mempengaruhi orang lain. Setiap orang memiliki gaya yang berbeda, dan terkadang gaya seseorang belum bisa diterima oleh semua kalangan. Seperti gaya bahasa seorang akademisi akan berbeda dengan gaya politisi, gaya seorang pengusaha akan berbeda dengan gaya pendidik, gaya seorang protektif dan emosional akan berbeda dengan gaya orang rendah hati dan pemaaf. Gaya orang yang lama tinggal di desa akan berbeda dengan gaya orang kota, gaya orang cerdas akan berbeda dengan gaya orang kurang cerdas dan sebagainya.

Gaya atau *style* seseorang dipengaruhi oleh cara pandang atau kecenderungan, pengetahuan, wawasan dan keilmuan serta lingkungan atau pengalaman. Menjadi keniscayaan bagi kita untuk memiliki wawasan dan pengetahuan luas, dengan begitu akan mampu menerima dan menghargai

¹⁹Sri Minarti, *Gaya (Style)*, diakses di <https://kumparan.com/beritabojonegoro/gaya-style-27431110790558515/full>, pada tanggal 13 oktober 2021.

perbedaan gaya atau *style* orang lain, karena seseorang tidak bisa memaksakan orang lain agar memiliki gaya yang sama seperti kita, berlapang dada menerima perbedaan gaya atau tampilan adalah sikap terbaik lagi bijaksana.

Gaya komunikasi merupakan komunikasi yang dilakukan dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback* atau timbal balik dari orang lain terhadap pesan organisasi yang disampaikan.²⁰ Menurut Steward L.Tubbs dan Sylvia Mos menyatakan bahwa gaya komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain.

Gaya komunikasi juga memiliki pengertian sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu system tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari kumpulan perilaku dalam komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon tertentu dan dalam situasi tertentu. Kesesuaian dari satu gaya yang digunakan tergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Gaya komunikasi juga dipengaruhi oleh situasi, bukan kepada ide seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan pada situasi yang dihadapi seseorang. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda ketika mereka sedang merasa sedih, senang, atau bosan. Selain gaya komunikasi dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya

²⁰ S.Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Jakarta : Universitas Terbuka, 1996),hlm.7.

komunikasi juga merupakan sesuatu yang dinamis dan sulit untuk ditebak, sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.

2. Faktor Pendukung Gaya Komunikasi

Ada tujuh faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi sebagai berikut :²¹

- a. Kondisi Fisik : kondisi fisik sangat mempengaruhi gaya komunikasi, seperti halnya ketiga kegiatan komunikasi dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut dapat berakibat pada ketidaknyamanan atau ketidakpastian antara si pengirim dan penerima.
- b. Peran : persepsi akan peran (sebagai teman, atasan, keluarga) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan dari setiap peran mereka dan mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu sama lain.
- c. Konteks Historis : konteks sejarah juga sangat mempengaruhi setiap interaksi, sejarah bangsa, sejarah tradisi, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana memandang satu sama lain.
- d. Kronologi : bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, hal itu akan membuat perbedaan jika pertama kalinya seseorang sedang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu tidak berhasil maka akan membuat suatu perbedaan dalam gaya komunikasi seseorang.
- e. Bahasa : versi bahasa yang digunakan atau diucapkan seperti bahasa Indonesia, Inggris, Jepang, Amerika dan lain sebagainya, semuanya memainkan peran dalam gaya komunikasi seseorang. Gaya komunikasi bahasa Inggris berarti orang yang terbiasa menggunakan bahasa Indonesia tidak sepenuhnya memahaminya, hal ini akan memberikan

²¹ Dianne Hofner Saphiere, *Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Styles*, hlm.53.

batasan pada seseorang untuk berpartisipasi dan akan mempengaruhi arah pembicaraan.

- f. Hubungan : seberapa baik seseorang mengetahui orang lain dan seberapa banyak orang yang suka atau percaya dan sebaliknya akan mempengaruhi saat berkomunikasi.
- g. Kendala : metode yang digunakan untuk berkomunikasi (misalnya beberapa orang ada yang membeci pesan e-mail dan panggilan telepon) dan waktu yang dimiliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode tersebut, kendala tersebut akan mempengaruhi cara komunikasi seseorang.

3. Hambatan Dalam Gaya Komunikasi

- a. Hambatan Teknis Keterbatasan Fasilitas Dan Peralatan Komunikasi : dari sisi teknologi hambatan ini semakin berkurang dengan adanya temuan baru dibidang teknologi komunikasi dan informasi, sehingga saluran komunikasi dapat diandalkan dan sangat efisien.
- b. Hambatan Semantik : gangguan ini merupakan hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau ide secara efektif. Tidak adanya hubungan antara symbol dan apa yang disimbolkan dapat mengakibatkan kata yang dipakai untuk ditafsirkan sangat berbeda dari apa yang dimaksud sebenarnya.
- c. Hambatan Manusiawi : hambatan ini berasal dari perbedaan individual manusia yang terjadi karena adanya faktor perbedaan usia, emosi dan prasangka, serta presepsi²².

²²*Ibid.*, hlm.57.

4. Macam-macam Gaya Komunikasi

Menurut Steward dan Sylvia ada enam gaya dalam komunikasi, diantaranya :²³

a. *The Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini ditandai dengan adanya satu kehendak untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku serta pikiran orang lain. Orang yang menggunakan gaya ini biasanya disebut komunikator satu arah atau *one-way communicator*. Pihak yang menggunakan gaya ini lebih memusatkan perhatiannya kepada pengiriman pesan daripada upaya meraka untuk berbagi pesan.

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah tidak untuk menjual gagasan, namun lebih pada usaha untuk menjelaskan apa yang dialukannya kepada orang lain.

b. *The Equalitarium Style*

Gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan verbal secara lisan maupun tulisan yang bersifat dua arah atau *two-way traffic of communication*.

Aspek terpenting dalam gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan, orang yang menggunakan komunikasi yang bermakna kesamaan ini merupakan orang-orang yang memiliki sikap peduli yang tinggi serta kemampuan untuk membina hubungan baik dengan orang lain dalam hal pribadi maupun lingkungan kerja. Dalam

²³ *Ibid*, hlm. 142-145.

gaya komunikasi ini tindak komunikasi dilakukan secara terbuka, artinya setiap anggota organisasi dapat menggunakan gagasan atau pendapat dalam suasana yang santai atau rileks, dengan ini anggota organisasi akan mencapai kesepakatan dan pengetahuan bersama.

c. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan verbal secara lisan ataupun tulisan untuk memantapkan perintah yang harus dilaksanakan seperti tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Stogdill dan Coons menjelaskan bahwa prakarsa struktur yang efisien adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan verbal untuk memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan tanggungjawab.

Pengirim pesan lebih memperhatikan keinginan untuk mempengaruhi dengan berbagi informasi tentang tujuan, aturan dan prosedur yang berlaku dalam sebuah organisasi.

d. *The Dinamic Style*

Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan yang agresif karena pengirim pesan memahami bahwa lingkungan pekerjaannya beorientasi pada tindakan. Gaya ini juga sering dipakai oleh para juru kampanye atau supervisor yang membawahi para wiraniaga.

Tujuan dari gaya komunikasi dinamik ini adalah menstimulasi atau merangsang para pekerja untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya ini cukup efektif dalam mengatasi persoalan yang bersifat kritis.

e. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat atau gagasan dari orang lain, dari pada keinginan untuk memberikan perintah, walaupun pengirim pesan memiliki hak untuk memberi perintah kepada orang lain. Pesan dalam gaya ini akan sangat efektif ketika pengirim pesan sedang bekerja sama dengan orang yang memiliki pengetahuan yang luas, berpengalaman, teliti, serta bertanggung jawab atas semua tugas yang dibebarkannya.

f. *The withdrawal Style*

Jika gaya komunikasi ini digunakan akan ada beberapa akibat yang muncul yaitu melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak adanya keinginan dari seseorang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang tersebut.

Tabel 2.1 Gaya Komunikasi

Gaya	Komunikator	Maksud	Tujuan
<i>Controlling</i>	Memberikan perintah dan membutuhkan perhatian.	Mempersuasi orang lain.	Menggunakan kekuasaan dan wewenang.
<i>Equalitarian</i>	Akrab dan hangat	Menstimulasi/ merangsang orang lain.	Menekankan pengertian bersama.
<i>Structuring</i>	Objektif dan tidak memihak	Mentimasi lingkungan kerja, memantapkan struktur	Menekankan ukuran, prosedur, aturan yang dipakai
<i>Dinamic</i>	Mengendalikan dan agresif	Menumbuhkan sikap untuk bertindak	Ringkas dan singkat

<i>Relinquising</i>	Besedia menerima gagasan orang lain	Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain	Mendukung pandangan orang lain
<i>Withdrawal</i>	Independen/ berdiri sendiri	Menghindari komunikasi	Mengalihkan persoalan

B. Tinjauan Warga Negara Asing (WNA)

Warga negara merupakan penduduk yang menetap dalam suatu negara. Kaelan berpendapat bahwa warga negara adalah rakyat yang menetap disuatu wilayah dan rakyat tertentu memiliki hubungan dengan negara, warga negara mempunyai kewajiban terhadap negara dan negara juga mempunyai hak yang harus diberikan dan dilindungi.²⁴

Warga negara asing umumnya dianggap sebagai orang asing yang berada diwilayah Indonesia, definisi orang asing menurut UU No.6 Tahun 2011 tentang keimigrasian yaitu orang yang bukan warga negara Indonesia. Kemudian WNA yang memiliki hak untuk keluar masuk luar wilayah Indonesia harus memiliki dokumen perjalanan yang sah. Pada prinsipnya orang asing bahkan yang merupakan penduduk negara itu sendiri memiliki hak dan kewajiban yang berbeda dengan warga negara Indonesia. Warga negara asing dikenakan beberapa pembatasan khususnya menyangkut hak, berdasarkan UU keimigrasian 1992, setiap orang asing dibatasi ruang geraknya, bahkan dapat dideportasi atau diserahkan ke negara lain terutama apabila melakukan tindak pidana.

Peraturan perundang-undangan di Indonesia tidak menutup kemungkinan oaring asing untuk berbisnis, tidak banyak perusahaan asing yang memiliki kesempatan untuk berbisnis di Indonesia, hal ini karena negara ingin melindungi

²⁴ Sulaiman, *Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Perguruan Tinggi*, (Banda Aceh : Yayasan Pena, 2016),hlm.47.

perusahaan nasional. Meskipun terdapat beberapa bidang yang terbuka untuk perusahaan asing, namun beberapa bidang tersebut merupakan bidang pertambangan minyak dan gas bumi, bidang angkatan laut dan angkatan udara untuk angkutan luar negeri. Selain itu juga bidang perbankan, perusahaan asing hanya dapat mendirikan cabang perusahaannya saja.

Warga negara asing juga memiliki kewajiban yang harus dilakukan dalam rangka pengawasan orang asing, sebagai berikut :

1. Memberikan keterangan identitas atau data diri dan keluarganya, perubahan status sipil dan kewarganegaraannya serta perubahan alamatnya.
2. Memperlihatkan surat perjalanan atau keimigrasian yang dimiliki dalam rangka pengawasan.
3. Mendaftarkan diri jika berada di Indonesia lebih dari 90 hari dan akan dikenakan biaya.

Menurut Moh Arif, orang asing dapat juga dilihat dari aspek lain yaitu, aspek keberadaan, dari aspek ini orang asing yang berada dinegara tersebut terdiri dari orang asing penduduk, orang asing yang tinggal atau menetap disuatu negara lain dengan hak-hak tertentu. Kedua orang asing bukan penduduk, orang asing yang berada di negara untuk waktu terbatas seperti wisata, kunjungan usaha dan lain sebagainya.

Menurut aspek kewarganegaraan, kualifikasi orang asing dibedakan menjadi 3 golongan yaitu :²⁵

- a. Orang asing yang berkewarganegaraan dari suatu negara tertentu dan diakui oleh negaranya sebagai warga negara yang kini sedang berada di negara lain.
- b. Orang asing memiliki kewarganegaraan lain yang sedang berada di negara asalnya, biasanya terjadi ketika seseorang yang sudah menjadi warga negara lain lalu berkunjung ke negara asalnya.
- c. Orang asing tidak memiliki kewarganegaraan dan negara asalnya tidak mengakui orang tersebut menjadi warga negaranya, atau biasanya disebut *stateless*.

C. Masyarakat pesisir

1. Pengertian masyarakat pesisir

Masyarakat pesisir adalah kelompok masyarakat yang hidup di daerah pantai. pesisir didefinisikan sebagai daerah perbatasan antara laut dan daratan. letak wilayah berperan penting terhadap pembentukan kepribadian dan karakteristik seseorang. ada beberapa aspek yang mempengaruhi pembentukan kepribadian dan karakteristik seseorang anatara lain

a. Kondisi Geografis

Secara geografis rakyat pesisir memiliki ketersediaan sumber daya alam yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti,

²⁵ Isharyanto, *Hukum Kewarganegaraan Republik Indonesia (Dinamika Pengaturan Status Hukum Kewarganegaraan dalam Perspektif Perundang-Undangan)*, (Yogyakarta : CV. Absolute Media, 2015), hlm.22.

rumput laut, ikan, kepiting, udang, dll. karena komoditi masyarakat pesisir bekerja sebagai nelayan²⁶.

b. Mayoritas Jenis Pekerjaan Yang Ditekuni

Mayoritas pekerjaan masyarakat pesisir adalah nelayan dan pembudidaya.

c. Aspek Sejarah

Karakteristik masyarakat pesisir adalah terbuka dan lugas dengan hal-hal baru karena mereka sudah terbiasa melakukan transaksi dengan orang-orang asing. dalam sejarah perkembangan agama islam banyak pedagang islam yang mendapat sambutan hangat dakwah didaerah pesisir. agama islam mengenalkan kesetaraan bahwa setiap individu memiliki hak dan kewajiban yang sama di hadapan Allah sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat pesisir yang natabene terbuka terhadap karakteristik masyarakat pesisir diuraikan menjadi empat aspek :

d. Aspek pengetahuan

Pengetahuan merupakan faktor penting dalam masyarakat untuk menopang keberlangsungan hidup. pengetahuan turun-temurun masyarakat pesisir seperti mengetahui kalender, petunjuk arah, arus laut, dan menangkap ikan secara tradisional. hal ini menjadikan masyarakat terbiasa hidup mandiri sejak dini.

²⁶Achmad Fama, “ Komunitas Masyarakat Pesisir di Tambak Lorok, Semarang”, Sabda, Vol. 11, No. 2, Desember 2016, hlm. 66.

e. Sistem kepercayaan

Masyarakat pesisir memegang teguh kepercayaan turun temurun seperti percaya terhadap benda-benda bertuah yang mempunyai kekuatan magis juga kepercayaan masyarakat terhadap ritual-ritual yang telah dilaksanakan turun temurun dari zaman nenek moyang.

f. posisi sosial

Nelayan adalah profesi yang membutuhkan ketekunan dan kesabaran karena banyak sedikit target tidak bisa diptediksi. di beberapa negara bahkan memandang rendah profesi nelayan karena dianggap sebagai pekerjaan yang tidak bisa memberi penghasilan yang cukup sehingga profesi nelayan dianggap rendah.

1. Religiositas masyarakat nelayan

Menurut Emile Durkheim religi adalah suatu sistem kepercayaan dan praktik yang berkaitan dengan hal-hal yang sakral. religi adalah sistem yang mereka yakini dengan melakukan kegiatan dan ritual sebagai sarana untuk sebuah pencapaian dalam mempererat keyakinan.

Ritual yang dilakukan masyarakat pesisir khususnya nelayan bertujuan untuk keselamatan dan perolehan hasil laut yang maksimal, hal ini sudah mendarah sejak dari zaman nenek moyang²⁷.

Seiring berkembangnya teologisme dan peningkatan pengetahuan pendidikan atau intensitas pendalaman terhadap nilai-nilai agama,

²⁷Heni Nopianti, dkk. " Nilai-Nilai Local Masyarakat Pesisir dalam Upaya Pelestarian Sumberdaya Pesisir di Kota Bengkulu, Sosiologi Nusantara, Vol. 1, No. 1, Desember 2015, hlm. 33.

upacara-upacara ritual tersebut hanya menjadi tradisi yang harus dihormati dan dilestarikan bukan lagi kepercayaan yang harus diyakini. ritual tersebut dilakukan hanya sebagai instrumen stabilitas sosial dalam komunikasi nelayan.

2. Tipologi masyarakat pesisir

Tipologi adalah pembagian masyarakat sesuai golongan dan kriteria tertentu. masyarakat pesisir memiliki kriteria yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya karena faktor lingkungan dan mayoritas mata pencaharian yang ditekuni. masyarakat yang bermukim di wilayah pesisir dapat dibagi dalam beberapa golongan

a. Masyarakat nelayan

Masyarakat nelayan biasanya bermukim didekat pantai bahkan ada beberapa daerah yang bermukim di atas laut. nelayan merupakan mata pencaharian utama meski sangat bergantung pada kondisi cuaca alam, oleh karena itu ketika cuaca buruk nelayan tidak bisa melaut. ada beberapa tingkatan golongan nelayan yang dilihat dari kapasitas teknologi dan orientasi pasar antara lain :

- 1) Peasant-fisher yaitu nelayan tradisional yang hanya berorientasi terhadap pemenuhan kebutuhan sehari-hari. nelayan ini masih menggunakan alat tradisional seperti prau dayung dan anggota keluarga sebagai awaknya.
- 2) Post-peasant fisher, yaitu nelayan yang menggunakan prau motor sehingga dapat menjangkau wilayah yang lebih luas

untuk mencari ikan, pada jenis ini nelayan sudah berorientasi pasar.

3) Commercial fisher, yaitu nelayan yang sudah berorientasi terhadap peningkatan keuntungan. skala usahanya sudah besar dan melibatkan banyak tenaga kerja dengan status yang berbeda mulai dari buruh hingga manager. teknologi yang digunakanpun sudah modern yang butuh keahlian khusus untuk mengoprasikannya.

4) Induayrial fisher, nelayan jenis ini adalah nelayan modern yang terorganisir dengan cara-cara yang hampir sama dengan argoindustri. secada relatif lebih padat modal yang menghasilkan ikan kaleng dan ikan beku kualitas ekspor.

b. Masyarakat petani

Masyarakat pesisir yang bermata pencaharian petani adalah masyafakat yang terlibat langsung dalam kegiatan pertanian seperti petani padi, budidaya kelapa, ikan, udang, juga petani garam. masyarakat petani memiliki penghasilan tambahan karena jika musim kemarau lahan digunakan untuk membuat garam dan saat musim hujan dimana tidak bisa membuat garam lahan akan digunakan untuk memelihara ikan.

c. Masyarakat perindustrian

perkembangan masyarakat pesisir dipengaruhi oleh pengembangan wilayah pesisir, seperti pembangunan kawasan

pelabuhan, industri, pariwisata. diwilayah pesisir ini juga perkembangan masuarakat industri, pusat-pusat administrasi, dan perekonomian²⁸.



²⁸Gustui Ayu Yogi Iswari, dkk., “Pemberdayaan Masyarakat Pesisir dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi di Dusun Pangkung Dedari, Desa Melaya, Kecamatan Melaya”, *Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11, No.2, 2019, hlm. 509.