

**PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK IDOL GROUP JKT48
TERHADAP SIKAP IMITASI KOMUNITAS PENGGEMAR JKT48
DI KOTA CIREBON**

Oleh :
Ni Ketut Citra Sri Apriyanti
Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon

ABSTRAK

Penelitian yang penulis ambil adalah Kelompok Komunikasi Pengusaha Idol JKT48 terhadap Sikap Jantung Komunitas JKT48 di Cirebon. Pertanyaan penelitian yang ditanyakan oleh peneliti adalah adanya Kelompok Penyelidikan Sikap Terhadap Perilaku Komunikasi JKT48 terhadap komunitas penggemar JKT48 di kota Cirebon. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode populasi. Metode penelitian kependudukan yang menganalisis data dari keseluruhan anggota masyarakat sebanyak 40 orang. Hipotesis yang penulis ajukan adalah "Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kelompok Komunikasi Sasaran JKT48 fan fanatik masyarakat di kota Cirebon. "Hipotesis statistik dapat dirumuskan sebagai berikut H_0 (hipotesis nol): r_s hitung tabel, maka perumusan masalahnya adalah: " Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kelompok Komunikasi Sosiologi Jiwa Penggoda JKT48 di masyarakat kota Cirebon ". H_a (Hipotesis Alternatif): hitung tabel, maka perumusan masalahnya adalah: "Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kelompok Komunikasi Sikap Impling JKT48's fan community di kota Cirebon. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa Kelompok Komunikasi, yang baik, seperti dapat dilihat dari keberhasilan Grup Komunikasi, yang mencapai 82,46% dengan total skor 2144, sedangkan sikap imitasi yang baik mencapai 82,77% dengan total skor 1821. Komunikasi Grup memiliki pengaruh kuat terhadap sikap JKT48 Komunitas Imigrasi di Cirebon dengan nilai 0.505 dan r_s hitung bila dibandingkan dengan R_s tabel 0,312. Karena r hitung lebih besar dari r_s tabel, maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Komunikasi. Sikap Sikap Kelompok terhadap komunitas penggemar JKT48 di kota Cirebon. Dengan demikian H_0 (hipotesis nol) ditolak dan H_a (Hipotesis Alternatif) diterima.

Kata kunci: Komunikasi Kelompok, Kelompok Idol JKT48, Sikap Imitasi.

ABSTRACT

The study which the author take is the Influence Communications Group Idol JKT48 toward the Community Of Imitation Attitude JKT48 in Cirebon. The research question which the researcher asked is there any Effect Communications Group Attitude Imitation JKT48 against JKT48 's fan community in the city of Cirebon. In this study the authors use the method of population. Methods of population research that analyzed data from the whole community members as many as 40 people .The hypothesis that the authors asked was" There is a positive and significant influence between the Communications Group of the Attitudes Imitation JKT48 fan community in the city of Cirebon. "The statistical hypotheses can be formulated as follows H_0 (the null hypothesis) : $r_s \text{ count} \leq r_s \text{ table}$, then the formulation of the problem is : "There is a positive and significant influence between the Communications Group of the Attitudes Imitation JKT48 fan community in the city of Cirebon ". H_a (Alternative Hypothesis) : $\text{count} \leq r_s \text{ table}$, then the formulation of the problem is : " There is a positive and

significant influence between the Communications Group of the Attitudes Imitation JKT48's fan community in the city of Cirebon. In the results showed that the Communications group, which is good, as can be seen from the success of the Communications Group, which reached 82.46 % with a total score of 2144, while the attitude has been good imitation as reached 82.77 % with a total score of 1821. Communications Group has a strong influence on the attitude of the Community Imitation JKT48 in Cirebon with a value of 0.505 and rs count when compared with Rs table 0,312. Because rs count is greater than rs table, then there is a positive and significant influence between the Communications Group Attitude Imitation toward JKT48 's fan community in the city of Cirebon. Thus Ho (the null hypothesis) is rejected and Ha (Alternative Hypothesis) is received.

Keywords : Communications Group, Idol Group JKT48, Attitude Imitation.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kegiatan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari manusia, komunikasi memainkan peran penting bagi manusia untuk dapat berinteraksi dan berhubungan satu sama lainnya. Melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan berbagai hal yang ada dipikrannya kepada orang lain sehingga mencapai suatu pengertian makna pesan yang sama. Makna pesan yang disampaikan dengan baik dapat membuat tujuan penyampaian pesan seseorang tercapai. Komunikasi dilakukan oleh siapa saja dalam berbagai bentuk seperti melalui komunikasi verbal dan komunikasi non verbal, Komunikasi verbal merupakan komunikasi dalam berbentuk kata-kata sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang melalui gesture atau bahasa tubuh seseorang. Baik komunikasi verbal maupun non verbal dilakukan demi mencapai tujuan yang sama yaitu agar makna pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada orang yang menjadi penerima pesan.

Kegiatan berkomunikasi perannya sangat besar saat berkomunikasi dengan orang lain secara sadar atau tidak sadar kita sudah memperoleh hal-hal yang berguna untuk menambahkan wawasan dan ilmu pengetahuan. Walaupun tidak jarang dengan berkomunikasi juga memberikan efek negative jika kita tidak benar melakukan proses penyaringan.

Dimanapun manusia melakukan proses komunikasi dengan lawan bicara baik di lingkungan masyarakat, tempat bekerja, sekolah, keluarga maupun kelompok. Namun diantara lingkungan yang ada kelompok bisa mempengaruhi komunikasi yang ada dengan manusia sering berkumpul dan berkomunikasi dengan sekitarnya yang mempunyai kesamaan yang sama.

Sudah banyak berbagai macam genre musik di Indonesia yang mewarnai tidak heran masyarakat mulai menyukai genre musik yang disukai bahkan tidak ragu untuk menyanyikan atau menirukan gaya dari artis idolanya tersebut. Tren idol group sebenarnya sudah ada dari dulu tetapi semenjak munculnya JKT48 di Indonesia mampu mencuri perhatian masyarakat Indonesia dengan warna warni genre musik yang sudah ada dengan hal yang baru dan menarik yang JKT48 tawarkan. Dengan seringnya muncul di berbagai media massa dengan lagu – lagunya yang bisa di bilang liriknya yang lucu dan menarik sehingga masyarakat mulai mengenali idol group ini dengan seiringnya waktupun masyarakat Indonesia mulai mengakui menyukai dan mengidolakan idol group ini.

Fans akan melihat aktifitas idolanya di dunia sosial seperti *twitter, google+, youtube*, dan lain – lainnya selain itu juga fans – fans membentuk fans group di setiap kota yang ada di Indonesia di dalam gethering biasanya fans membicarakan *project* untuk idolanya yang ulang tahun, membicarakan idolanya, silaturahmi dengan fans dari luar kota dan menarikan gerakan yang dibarengi dengan *chant*, terkadang para fans juga menirukan tarian yang di lagu jkt48.

1.2 Rumusan Masalah

Berpedoman pada latar belakang masalah, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adakah pengaruh idol group JKT48 terhadap sikap imitasi dari penggemar JKT48 yang menidolakan JKT48 di Kota Cirebon ?

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka dapat di identifikasikan permasalahan-permasalahan seperti berikut :

- a. Bagaimana Komunikasi Kelompok idol group JKT48 di komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon?
- b. Bagaimana Sikap Imitasi yang di terima komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon?
- c. Bagaimana pengaruh Komunikasi kelompok JKT48 terhadap Sikap Imitasi komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat dilihat bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Komunikasi Kelompok idol group JKT48 di komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon
- b. Untuk mengetahui sikap imitasi yang di terima penggemar dari JKT48
- c. Untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Kelompok JKT48 terhadap Sikap Imitasi komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

1.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek – subjek yang dipelajari, melainkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek dan subjek.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas penggemar JKT48 di kota Cirebon sebanyak 40 orang (Ketua komunitas penggemar jkt48 kota Cirebon) penulis meneliti seluruh anggota populasi tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Kelompok

Kelompok merupakan sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif diantara mereka satu sama lainnya, terutama kelompok primer, intensitas hubungan diantara mereka merupakan persyaratan utama yang dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi diantara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu. Kelompok yang baik dapat mengatur sirkulasi tatap muka yang intensif diantara anggota kelompok, serta tatap muka itu pula akan mengatur sirkulasi komunikasi makna diantara

mereka, sehingga mampu melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduan diantara mereka.

Ada 4 elemen kelompok yang dikemukakan oleh Adler dan Rodman (dalam Sendjaja, 2002: 3.5) yaitu interaksi, waktu, ukuran, dan tujuan.

1. Interaksi dalam komunikasi kelompok merupakan faktor yang penting, karena melalui interaksi inilah kita dapat melihat perbedaan antara kelompok dengan istilah yang disebut *coact* (*coact* adalah sekumpulan orang yang secara serentak terikat dalam aktivitas yang sama namun tanpa komunikasi satu sama lainnya).
2. Sekumpulan orang yang berinteraksi untuk jangka waktu yang singkat, tidak dapat digolongkan sebagai kelompok. Kelompok mempersyaratkan interaksi dalam jangka waktu yang panjang, karena dengan interaksi ini akan dimiliki karakteristik atau ciri yang tidak dipunyai oleh kumpulan yang bersifat sememntara.
3. Ukuran atau jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok. Tidak ada ukuran yang pasti mengenai jumlah anggota dalam suatu kelompok.
4. Elemen terakhir adalah tujuan yang mengandung pengertian bahwa keanggotaan dalam suatu kelompok akan membantu individu yang menjadi anggota kelompok tersebut dapat mewujudkan satu atau lebih tujuannya.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: *a.* melaksanakan tugas kelompok, dan *b.* memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Untuk itu faktor-faktor keefektifan komunikasi kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu: (Anwar, 1984: 101)

1. Ukuran kelompok.
2. Jaringan komunikasi.
3. Kohesi kelompok.
4. Kepemimpinan

Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal yaitu *norma* dan *peran*. *Norma* adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku satu sama lainnya.

Severin dan Tankard (dalam Reno 2005: 220, , Cialdini dan Kallgren, 1993) mengatakan :

“Norma–norma sosial (Social norm) terdiri dari dua jenis: deskriptif dan perintah. Norma–norma deskriptif menentukan apa yang pada umumnya dilakukan dalam sebuah konteks, sedangkan norma perintah (injunctive norm) menentukan apa yang pada umumnya disetujui oleh masyarakat. Keduanya mempunyai dampak pada tingkah laku manusia, namun norma–norma perintah tampaknya mempunyai dampak yang lebih besar”.

Menurut (Soekanto, 2002: 242) bahwa Peran :

“Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran. Peran dibagi menjadi tiga yaitu peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktivitas kelompok, seperti pengurus, penjabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota macam ini akan memberi sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri agar agar memberi kesempatan kepada fungsi – fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik. Dengan cara bersikap pasif, seseorang telah

memberi sumbangan kepada terjadinya kemajuan dalam kelompok atau memberi sumbangan kepada kelompok agar tidak terjadi pertentangan dalam kelompok karena adanya peran – peran yang kontradiktif”.

Peran juga mencakup tiga hal :

- a. Peran meliputi norma – norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, dengan demikian peran berfungsi membimbing seorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
- b. Peran adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi–fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi – fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, serta fungsi terapi (Sendjaja, 2002:3.8). Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri

- a. Fungsi pertama dalam kelompok adalah hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan menetapkan hubungan sosial diantara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.
- b. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok serta formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri, bahkan kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi. Namun demikian fungsi pendidikan teragntung pada tiga faktor yaitu informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok, serta frekuensi interaksi diantara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.
- c. Fungsi persuasi, seseorang anggota kelompok berupaya memersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha – usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya.
- d. Fungsi *problem solving*, kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternative atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*) berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk pembuatan keputusan.
- e. Fungsi terapi. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

Tipe Kelompok

Ronald B. Adler dan George Rodman (dalam Sendjaja, 2002: 3.14), membagi kelompok dalam tiga tipe yaitu : (dalam Burhan Bungin, 2006:270)

- a. Kelompok Belajar (*Learning Group*)

Kata belajar atau learning, tidak tertuju pada pengertian pendidikan disekolah, namun juga termasuk belajar dalam kelompok (*learning group*) seperti kelompok bela diri, kelompok sepak bola, kelompok keterampilan, dan sebagainya. Tujuan dari *learning group* ini adalah meningkatkan informasi, pengetahuan, dan kemampuan diri para anggotanya.

- b. Kelompok Pertumbuhan (*Growth Group*)

Kelompok pertumbuhan memusatkan perhatiannya kepada permasalahan pribadi yang dihadapi para anggotanya. Wujud nyata dari growth group ini adalah kelompok bimbingan perkawinan, kelompok bimbingan psikologi, serta kelompok yang memusatkan aktivitasnya kepada penumbuhan keyakinan diri yang bisa disebut dengan *consciousnessraising group*. Karakteristik yang dilihat dalam tipe kelompok ini adalah growth group tidak mempunyai tujuan kolektif yang nyata, dalam arti bahwa seluruh tujuan kelompok diarahkan kepada usaha membantu para anggotanya mengidentifikasi dan mengarahkan mereka untuk peduli dengan persoalan pribadi yang mereka hadapi untuk perkembangan pribadi mereka.

c. **Kelompok Pemecahan Masalah (*Problem Solving Group*)**

Kelompok ini bertujuan untuk membantu anggota kelompok lainnya memecahkan masalahnya (*problem solving*). Sering kali seseorang tak mampu memecahkan masalahnya sendiri, karena itu ia menggunakan kelompok sebagai sarana memecahkan masalahnya. Kelompok akan memberi akses informasi kepada individu sehubungan dengan problem yang dialaminya, berupa pengalaman anggota kelompok lain ketika menghadapi masalah yang sama, atau informasi lain yang dapat membantu individu memecahkan masalahnya. Kelompok juga memberi kekuatan emosional kepada individu dalam membuat keputusan dan melakukan sebuah tindakan untuk mengatasi masalah individu.

2.2. SIKAP

Pengertian Sikap

Terdapat beberapa pendapat menurut para ahli yang berpendapat tentang sikap, untuk memberikan gambaran tentang sikap beberapa pengertian yang diajukan beberapa ahli. Antara lain dikemukakan oleh Thurstone (Iih. Edwards, 1957:2) yang mengajukan pendapat :

“An attitude as the degree of positive or negative affect associated with some psychological object. By psychological object Thurstone means any symbol, phrase, slogan, person, institution, ideal, or idea, toward which people can differ with respect to positive or negative affect.”

Sikap mengandung komponen kognitif (*beliefs*), komponen afektif (*feelings*), dan komponen konatif (*behavior tendencies*). Gerungan (1966:151) memberikan pengertian sikap sebagai berikut:

“ Pengertian attitude itu dapat kita terjemahkan dengan kata sikap terhadap objek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap mana disertai oleh kecenderungan bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek. Jadi attitude itu lebih tepat diterjemahkan sebagai sikap dan kesediaan bereaksi terhadap sesuatu hal “

Dari bermacam-macam pendapat tersebut dapatlah ditarik suatu pendapat bahwa “ sikap itu merupakan organisasi pendapat, keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relative atau ajeg, yang disertai adanya perasaan tertentu, dan memberikan dasar kepada orang tersebut untuk membuat respons atau berperilaku dalam cara yang tertentu yang dipilihnya “.

Struktur Sikap

Seperti telah dijelaskan para ahli dalam membahas mengenai masalah sikap cukup menunjukkan adanya pandangan yang berbeda satu dengan yang lainnya. Thurstone menekankan pada komponen afektif, pada Rokeach menekankan pada komponen kognitif dan konatif. Sedangkan pada Baron dan Byrne, juga Myres dan Gerungan, pada komponen kognitif, afektif, dan konatif. Berkaitan dengan hal-hal tersebut diatas pada umumnya pendapat yang banyak diikuti ialah bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu :

- Komponen kognitif (komponen perceptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan
- Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang atau tidak senang terhadap objek sikap.
- Komponen konatif (komponen perilaku, atau *action component*), yaitu komponen yang Komponen-komponen tersebut merupakan komponen yang membentuk struktur sikap.

Analisis dengan melihat komponen-komponen yang membentuk sikap disebut analisis komponen atau analisis struktur.

Analisis Fungsi Sikap

Sikap selain dianalisis dengan analisis struktur atau analisis komponen, juga dapat dianalisis dengan analisis fungsi, yaitu suatu analisis mengenai sikap dengan melihat fungsi sikap. Menurut Katz (Iih, second dan Backman, 1964) sikap itu mempunyai empat fungsi yaitu:

- a. Fungsi Instrumental, atau fungsi penyesuaian, atau fungsi manfaat adalah berkaitan dengan sarana -tujuan. Disini sikap merupakan sarana untuk pencapaian tujuan, orang memandang sampai sejauh mana objek sikap dapat digunakan sebagai sarana atau sebagai alat dalam rangka pencapaian tujuan. Bila objek sikap dapat membantu seseorang dalam mencapai tujuannya, maka orang akan bersikap positif terhadap objek sikap tersebut, demikian sebaliknya bila objek sikap menghambat dalam pencapaian tujuan, maka orang akan bersikap negatif terhadap objek sikap yang bersangkutan. Karena itu fungsi ini juga disebut fungsi manfaat (*utility*), yaitu sampai sejauh mana manfaat objek sikap dalam rangka pencapaian tujuan. Fungsi ini juga disebut sebagai fungsi penyesuaian, karena dengan sikap yang diambil oleh seseorang, maka akan dapat menyesuaikan diri dengan secara baik terhadap sekitarnya.
- b. Fungsi Pertahanan Ego merupakan sikap yang diambil oleh seseorang demi untuk mempertahankan ego atau akunya. Sikap ini diambil oleh seseorang pada waktu orang yang bersangkutan terancam keadaan dirinya atau egonya. Demi untuk, mempertahankan egonya, orang yang bersangkutan mengambil sikap tertentu.
- c. Fungsi Ekspresi Nilai yaitu sikap yang ada pada diri seseorang merupakan jalan bagi individu untuk mengekspresikan nilai yang ada dalam dirinya. Dengan mengekspresikan diri seseorang akan mendapatkan kepuasan dapat menunjukkan keadaan dirinya. Dengan individu mengambil sikap tertentu terhadap nilai tertentu, ini menggambarkan keadaan sistem nilai yang ada pada individu yang bersangkutan.
- d. Fungsi Pengetahuan yaitu individu mempunyai dorongan untuk ingin mengerti, dengan pengalaman-pengalamannya.

Determinan Sikap

Bila dilihat mengenai apa yang menjadi determinan sikap, ternyata cukup banyak. Namun demikian ada beberapa yang dianggap penting, yaitu :

- a. Faktor Fisiologis seseorang akan ikut menentukan bagaimana sikap seseorang.
- b. Faktor pengalaman langsung terhadap objek sikap
- c. Faktor kerangka acuan merupakan faktor yang penting dalam sikap seseorang karena kerangka acuan ini akan berperan terhadap objek sikap.
- d. Faktor komunikasi sosial sangat jelas menjadi determinan sikap seseorang, dan faktor ini yang banyak diteliti.

Ciri-Ciri Sikap

Sikap mempunyai segi-segi perbedaan dengan pendorong-pendorong lain yang ada dalam diri manusia. Oleh karena itu untuk membedakan sikap dengan pendorong-pendorong yang lain, ada beberapa ciri atau sifat dari sikap tersebut. Adapun ciri-ciri sikap itu adalah:

- a. Sikap itu tidak dibawa sejak lahir
- b. Sikap itu selalu berhubungan dengan objek sikap
- c. Sikap dapat tertuju pada satu objek saja, tetapi juga dapat tertuju pada sekumpulan objek – objek
- d. Sikap itu dapat berlangsung lama atau sebentar
- e. Sikap itu mengundang faktor perasaan motivasi

2.3 Imitasi

Pengertian Imitasi

Imitasi yaitu proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain, baik sikap penampilan, gaya hidupnya, bahkan apa-apa yang dimilikinya. Imitasi pertama kali muncul di lingkungan keluarga, kemudian lingkungan tetangga dan lingkungan masyarakat. Orang dapat mengimitasi sesuatu kalau orang yang bersangkutan tidak mempunyai sikap menerima terhadap apa yang diimitasi itu. Dengan demikian untuk mengimitasi sesuatu perlu adanya sikap menerima, ada sikap mengagumi terhadap apa yang diimitasi itu, karena itu imitasi tidak berlangsung dengan sendirinya.

Faktor Imitasi

Faktor ini menurut Gabriel Terde beranggapan bahwa seluruh kehidupan sosial itu sebenarnya berdasarkan pada faktor imitasi saja. Walaupun pendapat ini berat sebelah, namun peranan imitasi dalam interaksi sosial itu tidak kecil. Terbukti misalnya pada anak-anak yang sedang belajar bahasa, seakan-akan mereka mengimitasi dirinya sendiri, mengulang-ulangi bunyi kata-kata, melatih fungsi-fungsi lidah dan mulut untuk berbicara. Kemudian ia mengimitasi kepada orang lain, dan memang sukar orang belajar bahasa tanpa mengimitasi orang lain, bahkan tidak hanya berbahasa saja, tetapi juga tingkah laku tertentu, cara memberi hormat, cara berterima kasih, cara memberi isyarat dan lain-lain kita pelajari pada mula-mulanya mengimitasi. Juga cara berpakaian, adat istiadat dan konvensi-konvensi lainnya faktor imitasilah yang memegang peranan penting. Peranan faktor imitasi dalam interaksi sosial seperti digambarkan diatas juga mempunyai segi-segi negatif, yaitu : (Abu Ahmadi, Psikologi Sosial, 2002:57)

- Mungkin yang di imitasi itu salah, sehingga menimbulkan kesalahan kolektif yang meliputi jumlah manusia yang besar.
- Kadang-kadang orang yang mengimitasi sesuatu tanpa kritik, sehingga dapat menghambat perkembangan kebiasaan berpikir kritis.

Teori Peniruan (Imitasi)

Teori semacam ini menunjukkan bahwa individu-individu hendaknya merupakan *automatisme* yang sempurna meskipun ada kekuatan yang bisa melampauinya. Karena itulah metafor karasukan juga begitu sering muncul pada karya G. Tarde. Begitu pula aliran pengaruh (influx) yang vital melewati sel satu ke sel lainnya, dan imitasi pun tersebar dari kesadaran ke kesadaran lain. Secara detinitif maka kita harus "*menganggap manusia sosial adalah seperti seseorang yang berjalan dalam tidur (somnabule) dalam arti yang sesungguhnya (...) Keadaan sosial sebagaimana keadaan ketika seseorang berjalan dalam tidur (somnambulique) hanyalah sebuah bentuk mimpi, yaitu mimpi yang memberi perintah dan mimpi untuk bertindak . Dengan hanya memiliki pemikiran yang telah diilhamkan sebelumnya dan meyakinkannya dengan seketika, merupakan ilusi yang sama seperti seseorang yang berjalan dalam tidur dan mirip dengan manusia sosial.*" Jika konsep semacam ini sekarang cukup mengejutkan kita karena kesederhanaannya, namun pada zamannya konsep ini pernah amat dihargai. Pada kenyataannya konsep ini hanya merupakan perluasan dari sosiologi yang telah melahirkan teori-teori semacam hipotisme yang praktiknya pernah mencapai puncaknya di Perancis pada tahun 1880-1890. Teori imitasi G.Tarde selanjutnya sangat dekat dengan teori sugesti dari Hippolyte Bernheim. Dikatakan bahwa teori dari G.Tarde jauh lebih menekankan pada kesadaran dan hubungan psikis antar manusia. Dalam hal ini teori tersebut berisi suatu kritik yang sangat jelas perihal kecenderungan-kecenderungan fisiologis yang sangat tereduksi dari psikologi di zaman itu.; Bagi G.Tarde (yang secara total setuju dengan pendapat Durkheim dalam hal ini) manusia (lebih dari segalanya) ditentukan oleh nafsu dan keyakinan yang ditempanya dalam masyarakat tempat mereka hidup, dan bukan karena pewarisan secara biologis. Pada point ini G.Tarde terlihat betul-betul modern dan hal ini akan diuji dalam beberapa bidang analisis.

4. PEMBAHASAN

Hasil Variabel Komunikasi Kelompok

Berikut ini adalah penggambaran/ interpretasi data tiap dimensi, sebagai berikut:

1. Konformitas

Merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau di bayangkan. Anda tentu memiliki sifat idealis atau paling tidak memiliki pendapat untuk menyelesaikan masalah. Namun ketika ada yang berpendapat lain dengan anda kemudian pendapat orang lain tersebut mendapat banyak apresiasi dan dukungan dari orang anggota lainnya daripada anda. Sehingga mau tidak mau anda harus mengikluti pendapat orang lain tersebut, karena desakan anggota lain yang didukung sehingga konformitas terjadi jika ada desakan tekanan anggota lain yang mayoritas terhadap yang minoritas dalam satu kelompok.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan komunitas penggemar jkt48 di Kota Cirebon, dia tidak merasakan begitu banyak gesekan sesama anggota karena mereka menjalankan komunitas bersama-sama secara santai dan bisa meredakan sifat egonya. Berdasarkan analisis terhadap item 1-5 yang merupakan penjabaran tentang Konformitas dalam Komunikasi Kelompok Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dimana item 1 sebesar 0,564 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 2 sebesar 0,558 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 3 sebesar 0,529 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 4 sebesar 0,592 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 5 sebesar 0,508 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

1. Fasilitas Sosial

Merupakan subjek bukan saja diberitahu bahwa perilakunya diawasi, tetapi juga dinilai oleh kelompoknya. Dalam fasilitas sosial, seorang individu yang telah memutuskan untuk bergabung dalam kelompok tertentu diinginkan ataupun tidak diinginkan individu tersebut akan diperhatikan kesehariannya baik dikegiatan didalam atau diluar kelompok. Individu yang ada didalam kelompok juga dapat memberi penilaian kepada individu baru tersebut, berdasarkan nilai-nilai yang ada dalam kelompok tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dia menilai seorang anggota dalam kelompoknya tidak hanya selama berada dalam komunitas, diluar komunitaspun dia menilai perilakunya apalagi anggota yang baru bergabung.

Berdasarkan analisis terhadap item 6-10 yang merupakan penjabaran tentang Fasilitas Sosial dalam Komunikasi Kelompok Komunitas Penggemar JKT8 di Kota Cirebon, dimana item 6 sebesar 0,621 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 7 sebesar 0,522 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 8 sebesar 0,675 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 9 sebesar 0,673 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 10 sebesar 0,536 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

2. Polarisasi

Merupakan kecenderungan orang untuk berkeputusan lebih berani atau lebih takut ketika masuk kelompok atau diluar kelompok dalam menghadapi suatu fenomena. Ketika anda berada dalam kelompok yang anda telah mengenali karakteristik anggotanya dan mereka juga telah mengenal anda secara dekat dekat. Anda mungkin lebih percaya diri dalam mememukakan pendapat, berotorika, berkarya dan lainnya dikelompok. Lain halnya ketika anda dikelompok lain seperti dikelas, kelas tersebut memang dikenal sebagai kelas yang terdiri dari individu yang jago berargumen. Sehingga anda kurang percaya diri, karena selain orang yang mendukung anda sedikit anda juga tidak percaya diri terhadap kemampuan anda.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dia dan kelompoknya berbicara secara terbuka dan melakukan musyawarah dahulu sebelum mengambil keputusan dan setiap anggota bisa memberikan pendapat tanpa ada rasa takut pendapatnya tidak diterima dalam kelompoknya.

Berdasarkan analisis terhadap item 11-13 yang merupakan penjabaran tentang Polarisasi dalam Komunikasi Kelompok Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dimana item 11 sebesar 0,558 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 12 sebesar 0,574 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 13 sebesar 0,650 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

Hasil Dari Variabel Sikap

Dalam melakukan analisis, penulis mengacu pada teori-teori sikap, sebagaimana yang tertulis dibuku (Psikologi Komunikasi : Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc.) adalah :

1. Kognitif
2. Afektif
3. Konatif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menganalisa Sikap Imitasi yang terjadi di kalangan Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon berdasarkan tiap dimensi berikut ini :

1. Kognitif

Aspek perilaku yang berkenaan dengan penilaian individu terhadap objek atau subjek. Informasi yang masuk ke dalam otak manusia, melalui proses analisis, sintesis, dan evaluasi akan menghasilkan nilai baru yang akan diakomodasi atau diasimilasikan dengan pengetahuan yang telah ada didalam otak manusia. Nilai-nilai baru yang diyakini benar, baik, indah dan sebagainya, pada akhirnya akan mempengaruhi emosi atau komponen afektif dari perilaku individu.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan salah satu anggota Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dia mengetahui JKT48 dari salah satu *televisi* swasta Indonesia dan memiliki pandangan tentang JKT48 adalah idol group yang unik di Indonesia saat itu dan dengan seiringnya waktu dia meyakini dirinya sendiri bahwa dia mulai menyukai JKT48.

Berdasarkan analisis terhadap item 1-11 yang merupakan penjabaran tentang Kognitif dalam Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dimana item 1 sebesar 0,433 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 2 sebesar 0,425 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 3 sebesar 0,433 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 4 sebesar 0,445 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 5 sebesar 0,415 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan. dimana item 6 sebesar 0,492 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 7 sebesar 0,510 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 8 sebesar 0,415 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 9 sebesar 0,472 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan. 10 sebesar 0,442 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan. dimana item 11 sebesar 0,542 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

2. Afektif

Aspek ini dikatakan sebagai perasaan (emosi) individu terhadap objek atau subjek yang sejalan dengan hasil penilaiannya. Dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek .

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan salah satu anggota Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, awalnya dia memang suka dengan anime lalu dia mengetahui JKT8

sejak awal terbentuknya idol group tersebut dan dipublikasikan di *televisi* swasta Indonesia dia selalu mengikuti dan menonton acara *televisi* tersebut lalu dia merasakan mulai suka dengan JKT48.

Berdasarkan analisis terhadap item 12- 16 yang merupakan penjabaran tentang Afektif dalam Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dimana item 12 sebesar 0,449 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,12 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 13 sebesar 0,504 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 14 sebesar 0,437 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 15 sebesar 0,477 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 16 sebesar 0,474 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

3. Konatif

Berkeenan dengan keinginan individu untuk melakukan perbuatan sesuai dengan keyakinan dan keinginannya atau sikap yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu terhadap objek. Sikap seseorang terhadap sesuatu objek atau subjek dapat positif atau negatif, manifestasikan sikap terlihat dari tanggapan seseorang apakah ia menerima atau menolak, setuju atau tidak setuju terhadap objek atau subjek. Komponen sikap berkain satu dengan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan salah satu anggota Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, dia tidak begitu berkecenderungan melakukan penirauan dari jkt48 yang berlebihan bisa dibilang hal yang normal hanya sikap-sikap tertentu saja yang dia lakukan seperti menonton JKT48 langsung di teather JKT48, membeli photo pack member JKT48. Dia kira sikap tersebut tidak berlebihan dan biasa dilakukan fans yang lain dan tidak berlebihan hingga merugikan dirinya sendiri dan orang lain.

Berdasarkan analisis terhadap item 17- 22 yang merupakan penjabaran tentang Konatif dalam Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kot Cirebon, dimana item 17 sebesar 0,484 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 18 sebesar 0,456 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 19 sebesar 0,543 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 20 sebesar 0,484 dibanding dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan, item 21 sebesar 0,420 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan. item 22 sebesar 0,598 dengan r_{yx} sebesar 0,312 dengan demikian nilai tersebut signifikan.

Setelah melakukan uji diatas, maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Komunikasi Kelompok terhadap Sikap imitasi komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon, penulis melakukan perhitungan dengan memakai Koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.505^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.2525 \times 100\%$$

$$KD = 25.25\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas maka didapat nilai koefisien determinasi sebesar 25.25% berarti pengaruh Komunikasi Kelompok terhadap Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon sebesar 74.75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi.

Hal tersebut berarti kurang tercapainya sikap imitasi yang dilakukan Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon disebabkan oleh belum optimalnya Komunikasi Kelompok yang dilakukan oleh Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon. Dengan kata lain, Komunikasi Kelompok yang belum banyak dilakukan sehingga mengakibatkan kurang tercapainya sikap imitasi yang dilakukan Komunitas Penggemar JK48 di Kota Cirebon.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian dan analisa data mengenai “Pengaruh Komunikasi Kelompok Idol Group JKT48 terhadap Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon”

maka dalam bab ini penulis menyimpulkan dari data-data yang diperoleh dari bab sebelumnya yaitu :

1. Komunikasi kelompok Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon berdasarkan dari hasil olah data didapatkan nilai sebesar 2144 dan berada pada tingkatan baik dapat peneliti simpulkan bahwa tingkat Komunikasi Kelompok Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon, berada kriteria baik. Dimensi 1 (Konformitas) persentasenya 79% dengan tingkatan cukup baik. Dimensi 2 (Fasilitas Sosial) persentasenya 83,4% dengan tingkatan baik. Dan dimensi 3 (Polarisasi) persentasenya 81,66% dengan tingkatan baik.
2. Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon berdasarkan hasil olah data didapatkan nilai sebesar 3659 dan berada pada tingkatan baik. Dan berdasarkan hasil angket untuk variabel Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon ada tiga dimensi yaitu Kognitif, Afektif, dan Konatif. Maka untuk hasil angket dimensi 1 (Kognitif) persentasenya 82,77% dengan tingkatan baik Dimensi 2 (Afektif) persentasenya 82,8% dengan tingkatan baik . Dan dimensi 3 (Kognitif) persentasenya 82,58% dengan tingkatan baik
3. Setelah melakukan perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan rumus rank spearman untuk mencari pengaruh Komunikasi Kelompok idol group JKT48 terhadap Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon diperoleh hasil koefisien spearman sebesar 0,505 dengan koefisien deteminasi 25.25% berarti pengaruh Komunikasi Kelompok terhadap Sikap. Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon sebesar 74.75% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi. Dan berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi dapat diidentifikasi “Agak Rendah” Jadi Pengaruh Komunikasi Kelompok Idol Group JKT48 Terhadap Sikap Imitasi Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon.
4. Hambatan-hambatan yang Dihadapi Oleh Anggota Komunitas Penggemar JKT48 di Kota Cirebon

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh anggota komunitas penggemar JKT48 di Kota Cirebon untuk mewujudkan tercapainya komunikasi kelompok dalam setiap anggota pengaruhnya guna mewujudkan kualitas berkomunikasi dalam kelompok dan sikap imitasi di komunitas penggemar JKT48 di Cirebon adalah :

- a. Kurangnya pengetahuan tentang berkomunikasi yang baik dan benar. Hal ini dapat menghambat proses komunikasi kelompok yang baik dan benar.
- b. Ketidak tahuan anggota komunitas tentang sikap imitasi yang di tirunya. Hal ini dapat memicu ketergantungan dan kecanduan untuk mengidolakan sesuatu secara berlebihan.
- c. Banyaknya anggota komunitas yang usianya masih remaja yang tidak terlalu memperdulikan berkomunikasi berkelompok yang baik itu bagaimana terkadang menjadi faktor pemicu salah tangkap berfikir didalam kelompok.

Setelah peneliti melakukan penelitian

1. para wanita. Mereka tidak malu menunjukkan jati diri mereka kepada masyarakat atau dilingkungan sekitar seperti berjalan dengan pasangan sesamanya yang mungkin memang terlihat seperti teman biasa, tetapi yang berbeda adalah salah satu pasangannya terlihat sebagai seorang wanita atau yang biasa disebut “*ngondek*”. Biasanya mereka bergabung bersama teman-teman wanitanya, tak jarang para *gay* disebut sebagai sahabat para wanita. Tetapi dalam pengungkapan diri pada keluarga mereka cenderung menutupinya dan tidak ingin ketahuan oleh keluarganya, karena ada ketakutan-ketakutan tersendiri.
2. Hambatan-hambatan yang dilalui mereka dalam pengungkapan diri adalah diri sendiri, keluarga, agama, norma sosial, dan juga masyarakat sekitar. Karena Indonesia merupakan Negara ketimuran, maka dalam pandangan masyarakat bahwa pasangan sesama jenis adalah hal yang tabu, terutama dalam agama yang mayoritas adalah agama islam maka

- pasangan sesama jenis di haramkan sehingga tak dipungkiri mendapati kesulitan bagi anggota komunitas *gay* di Kota Cirebon sendiri. Dalam keluarga pun mereka mempunyai hambatan tersendiri, rata-rata mereka takut akan tidak terimanya keluarga atas identitas mereka sebagai seorang *gay*, sehingga mereka menutup-nutupinya.
3. Upaya-upaya mengatasi hambatan komunikasi yang dilakukan oleh anggota komunitas *gay* di Kota Cirebon adalah dengan lebih percaya diri dalam identitas dirinya, dalam hambatan keluargamereka menutup - nutupinya dengan cara bertingkah laku yang normal, dalam agama mereka mempunyai niatan untuk bisa berubah dan memperbaiki dirinya, dalam norma sosial dan di masyarakat dalam pengungkapan dirinya adalah mereka akan lebih berani jika memang masyarakat memandang rendah kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Azwar Saifuddin. 1995. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskurus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Goldberg A, Alvin. dan Larson E, Carl. 2006. *Komunikasi Kelompok*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Gerungan. W.A. 2009. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Effendy, Onong uchjana. 2009. *Ilmu komuniaksi Teori dan Praktek* : Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitati Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Walgito Bimo. 2003. *Psikologi Sosial (SuatuPengantar)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Anthony Giddens, Daniel Bell, Michel Forse,etc. *Sosiologi Sejarah dan Berbagai Pemikirannya* . Yogyakarta
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Nonparametik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy et al. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi. Contoh-contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oetomo Dede, 2001. *Memberi Suara Pada Yang Bisu*. Yogyakarta: Galang Press
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. 2015. *Teori Dasar Komunikasi Pergolakan Dan Masa Depan Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Wood, Julia T. 2013 . *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal:

- Nurhaeni, Rini. 2014, *Pengaruh Kompetensi Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Kependudukan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Cirebon*. Skripsi Program S1 Ilmu Administrasi Negara . Universitas Swadaya Gunung Jati: tidak diterbitkan.

Irdiansyah, Indra. 2014, *Pengaruh Keragaman Produk Dan Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi Program S1 Manajemen Pemasaran. Universitas Swadaya Gunung Jati: Tidak diterbitkan.

Sumber Lain:

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/JKT48> (Diakses tanggal 12 Maret 2016)

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kelompok_sosial (Diakses 08 Maret 2016)

<https://sandri09a.blogspot.co.id/2012//11/kelompok-sosial.html> (Diakses 01 Maret 2016)

<https://kamukucurud.wordpress.com/kelompok-sosial/> (Diakses 27 Februari 2016)

<https://badry7.blogspot.co.id/2013/10/pengertian-imitasi-sugesti-identifikasi.html?m=1>

(Diakses 02 April 2016)

<https://www.mplusanalisis.com/2015/02/membuat-tabel-korelasi-product-moment-r.html?m=1>

(Diakses 09 Mei 2016)

http://wikipedia.org/wiki/homoseksualitas_di_indonesia (Diakses 03 maret 2016)

<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-gay-jenis-tipe-hubungan.html> (Diakses 08 April 2016)

<http://www.jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1061> (Diakses 18 April 2016)

https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Cirebon (Diakses 18 April 2016)