

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu**

Dalam tinjauan pustaka peneliti terlebih dahulu menganalisis tentang penelitian terdahulu sejenis. Sehingga peneliti mendapatkan referensi tentang gambaran penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

**Tabel 2.1.**

**Penelitian terdahulu**

No	Nama Peneliti, asal Universitas	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan peneliti
1	Mia Kartikasari, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta	Presentasi Diri Remaja Muslim Dalam Dunia Hiburan (Studi Dramaturgi Grup Cover Dance K- Pop A&Jell	Pendekatan Kualitatif dan Studi Dramaturgi	Dalam penelitian ini objek penelitian ini adalah tentang grup cover dance dan K-Pop sedang peneliti adalah tentang <i>crossdresser</i> <i>cosplay</i> pria, serta tidak membahas dalam sudut pandang agama, namun tetap saja berbeda dari hasil dan fokus penelitian

2	Tri Arthi Bagja  Koesmayadi,  Universitas  Komputer  Indonesia	Presentasi Diri  “Poison” Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea Di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri “Poison” Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea Di Kota Bandung	Pendekatan  Kualitatif dan  Studi Dramaturgi	Dalam penelitian ini  objek penelitiannya adalah tentang grup <i>cross cover dance</i> K- Pop sedang peneliti adalah tentang <i>crossdresser cosplay</i> pria, namun memiliki kesamaan dalam meneliti seseorang yang mengcover laki-laki menjadi perempuan  Namun tidak membahasnya dalam kehidupannya saat bersama pasangannya hal itu yang membedakan hasil dan fokus penelitian ini.
3	Nijam Zakhrifa,  Universitas  Komputer  Indonesia	Eksistensi Komunitas  Cosplay Shinsen- Gumi di Kota Bandung (Studi	Pendekatan  Kualitatif dan  Studi Deskriptif	Dalam penelitian ini  objek penelitiannya adalah tentang grup cosplay Shinshen Gumi

		Deskriptif Tentang Eksistensi Komunitas Cosplay Shinsen- Gumi di Kota Bandung)		sedang peneliti adalah tentang <i>crossdresser</i> <i>cosplay</i> Pria, yang masih memiliki kesamaan dari objek penelitian yakni tentang cosplay namun berbeda dari fokus dan hasil yang didapatkan karena memiliki studi yang berbeda dan pasti hasil penelitian ini tidak akan memiliki kesamaan
--	--	--	--	---

Sumber : Elib Unikom

## 2.2. Tinjauan tentang Ilmu Komunikasi

Dalam kehidupan manusia, komunikasi memiliki peran sentral bagi keberlangsungan, keberdayaan, esensi dan eksistensi manusia. Melalui komunikasi manusia dapat mengekspresikan dan mengapresiasi dirinya dalam lingkup interaksi sosial dengan sesamanya.

Tanpa komunikasi, manusia tidak dapat menginterpretasikan kehendak dirinya dan kebutuhan hidupnya dengan orang lain. Jadi, komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia. Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu

*communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum.

Tidak hanya berkomunikasi, kita juga harus dapat mendengar dengan bijak, dari mendengar kita akan mengerti. Mendengar bukan berarti kita pasif dan hanya menjadi pendengar setia yang enggan berbuat sesuatu. Teataplah menjadi pendengar yang antusias dan waspada. Sarikan informasi yang datang kepada kita. Korelasikan dengan kepentingan dan kemauan kita. (Solihat, 2015:17)

### **2.2.1. Pengertian Komunikasi**

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut pandangan mereka masing-masing. Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu. Sarah Trenhol dan Arthur Jensen (1996:4) mendefinisikan komunikasi demikian :

*"A procces by which a source transmit a message to a receiver through some channel,"* (komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

Hoveland (1948:371) mendefinisikan komunikasi, demikian *"The proccess by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal symbols) to modify the bahaviour of other individu* (komunikasi adalah proses di mana individu mentranmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain).

Deddy Mulyana, (Mulyana, 2004:62) mendefinisikan komunikasi demikian "Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membawa pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator."

Willbur Schramm, (Palapah & Syamsudin, 1983:2).mendefinisikan komunikasi demikian ”istilah komunikasi berasal dari perkataan latin communis yang artinya common atau sama. Jadi apabila manusia mengadakan komunikasi dengan orang lain, maka ia mengoperkan (gagasan) untuk memperoleh comunes atau kesamaan dengan pihak lain itu mengenai sesuatu objek tertentu” (Wiryanto, 2004 : 6)

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Cangara, 1998:18)

Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18). mendefinisikan komunikasi demikian “Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”

Menurut Harold D Lasswell, sebagaimana dikutip oleh sendjaja (1999:7) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut “*Who says what In which Channel To Whom With What Effect?* (siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?) (Wiryanto, 2004 : 7)

Sedangkan Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964:527) mendefinisikan komunikasi, sebagai berikut : ”*Communication :the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. By the use of symbol...*” (komunikasi adalah tranmisi informasi gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol dan sebagainya. Tindakan atau proses tranmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.)

Definis-definisi sebagaimana yang dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh shannon dan weaver (1949).

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Jika di antara dua orang yang berkomunikasi itu terdapat persamaan pengertian, artinya tidak ada perbedaan terhadap pengertian tentang sesuatu, maka terjadilah situasi yang disebut kesepemahaman.

### **2.2.2. Proses Komunikasi**

Menurut Cutlip dan Center dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi menyatakan komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap proses komunikasi yaitu :

- a. *Fact Finding*, adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi.

b. *Planning*, berdasarkan fakta dan data, di buatlah rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.

c. *Communicating*, setelah *planning* disusun maka tahap selanjutnya adalah *communicating* atau berkomunikasi.

d. *Evaluation*, penilaian dan analisis, diperlukan untuk setiap kali melihat bagaimana hasil komunikasi tersebut, Ini kemudian menjadi bahan bagi perencanaan selanjutnya untuk melakukan komunikasi berikutnya. (Mulyana, 2005:17-18)

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diutarakan, tampak ada sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Teknik berkomunikasi adalah cara atau “seni” penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan.

Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran, dan sebagainya. (Onong, 2002 : 6).

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan) serta berkaitan satu sama lainnya dalam

kurun waktu tertentu dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.

Lambang dalam pengertian komunikasi adalah :

- a. Bahasa, baik yang bersifat lisan maupun tulisan dan yang dipahami oleh pihak-pihak yang berkomunikasi
- b. Isyarat, misalnya dengan menggerakkan suatu bagian badan seperti kerlingan mata, menganggukkan kepala, tersenyum.
- c. Tanda, misalnya dalam peraturan lalu lintas
- d. Gambar, misalnya peta, grafik.

### **2.2.3 Prinsip Komunikasi**

Kesamaan dalam berkomunikasi dapat diibaratkan dua buah lingkaran yang bertindihan satu sama lain. Daerah yang bertindihan disebut kerangka pengalaman (*field of experience*), yang menunjukkan adanya persamaan antara A dan B dalam hal tertentu, misalnya bahasa atau simbol.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif akan terjadi apabila kedua pihak yang melakukan komunikasi memiliki pengalaman yang sama dan saling bertukar informasi sehingga kedua belah pihak yang melakukan komunikasi sama-sama dapat mengerti maksud dan tujuan masing-masing pihak, namun akan terjadi kebalikannya apabila masing-masing pihak yang melakukan komunikasi cenderung menutup atau mengisolasi diri.

(Putra Kesuma W, 2013 : 18)

### **2.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi**

Jika mengacu pada pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini dapat juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Adapun unsur-unsur tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender, atau encoder.

#### 2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Dalam bahasa Inggris diterjemahkan dengan message, content.

#### 3. Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

#### 4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, biasanya disebut receiver atau audience.

#### 5. Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

## 6. Umpan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pengaruh, yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

## 7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu (Cangara, 1998:21).

Unsur-unsur komunikasi di atas merupakan satu kesatuan terciptanya proses komunikasi, di mana antara yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Komunikator adalah pihak yang mempunyai kemampuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan, sehingga komunikan menjadi tahu atau bahkan berubah sikap, pendapat atau perilakunya. Pesan adalah penyajian informasi yang disediakan oleh komunikator terhadap komunikan.

Untuk keberhasilan suatu pesan maka seorang komunikator harus mampu memahamai kesesuaian isi pesan yang hendak disampaikan kepada komunikan. Media merupakan interpretasi dari saluran komunikasi yang digunakan. Efek dan umpan balik merupakan akses yang diberikan komunikan kepada komunikator.

Lingkungan adalah kondisi yang melingkupi terjadinya proses komunikasi. Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Sesuai dengan konteks komunikasi, maka dalam melakukan interaksi

sosial dalam mempertahankan hidupnya, individu menggunakan simbol di dalamnya.

Berkaitan dengan hal itu, dalam perkembangan interaksi sosial manusia, maka lahirlah suatu studi tentang aktivitas manusia yang diberi makna yaitu studi interaksi simbolik. Suatu studi yang sebenarnya berada di bawah payung perspektif yang lebih besar yang sering disebut dengan fenomenologis.

Studi interaksi simbolik ini mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia, yaitu komunikasi. Interaksi simbolik seiring perkembangannya telah mengilhami lahirnya perspektif-perspektif dalam studinya, salah satunya adalah perpektif dramaturgi. (Putra Kesuma W, 2013 : 21)

#### **2.2.5. Tujuan Komunikasi**

Keberadaan komunikasi sebagai bagian dalam kehidupan manusia memiliki beberapa tujuan tertentu. Menurut H. A. W. Widjaja, tujuan komunikasi yang perlu dikemukakan yakni:

- a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.** Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).
- b. Memahami orang sebagai komunikator.** Sebagai komunikator kita harus mengetahui benar aspirasi atau gagasan apa hendak disampaikan tentang apa yang diinginkan. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

- c. Komunikasi dengan pendekatan persuasif.** Supaya gagasan dapat diterima oleh Komunikan, sang komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.** Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki (Widjaja, 2000: 66).

Sedangkan menurut Devito (1997:30) :

**a. Untuk menemukan**

Salah satu tujuan utama komunikasi adalah penemuan diri (personal discovery). Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain.

Dengan berbicara tentang diri kita sendiri dengan orang lain, kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain untuk melakukan penemuan diri melalui proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain.

**b. Untuk berhubungan**

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain, membina dan memelihara dengan orang lain. Kita

ingin merasa dicintai dan disukai dan kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita dalam membina dan memelihara hubungan sosial.

**c. Untuk meyakinkan**

Kita menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam pertemuan antarpribadi sehari-hari, kita berusaha untuk merubah sikap dan perilaku orang lain, berusaha untuk mengajak mereka melakukan sesuatu.

**d. Untuk bermain**

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk memberikan hiburan pada orang lain.

Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain (Devito, 1997:30).

Jadi, tujuan komunikasi secara keseluruhan dapat disimpulkan menjadi “komunikasi jika dilihat dari segi tujuan pada umumnya tidak terlepas dari interaksi yang saling terjalin antara kedua belah pihak yang dimana masing-masing pihak harus saling mengerti, mengetahui, dan tujuan akhirnya adalah menggerakkan sesuatu yang mendorong orang melakukan sesuatu yang kita kehendaki.

### 2.2.6. Sifat Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam menjelaskan suatu sifat komunikasi, harus dilihat dari sifatnya, dan komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Komunikasi dapat bersifat verbal (*verbal communication*).
- b. Komunikasi dapat bersifat Non verbal (*nonverbal communication*).
- c. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*).
- d. Komunikasi bermedia (*mediated communication*). (Mulyana, 2005:44).

Komunikasi bermedia memang (public media and mass media) pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif karena tidak begitu ampuh untuk merubah tingkah laku. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa kurang sekali keampuhannya dalam merubah tingkah laku komunikan dalam jumlah yang besar. (Onong 2002 : 32)

### 2.2.7. Fungsi komunikasi

Menurut Widjaja dalam Buku “Ilmu Komunikasi : pengantar studi” apabila dipandang dari arti yang lebih luas adalah fungsi komunikasi akan menjadi sebagai berikut :

- a. Informasi.
- b. Sosialisasi.
- c. Motivasi.
- d. Perdebatan dan diskusi.
- e. Pendidikan.
- f. Memajukan kehidupan.

g. Hiburan.

h. Integrasi. (Widjaja, 2000: 59-60)

Komunikasi merupakan ajang pertukaran informasi bagi masyarakat dimana masyarakat merupakan manusia yang memerlukan sosialisasi didalam kehidupannya. Dengan komunikasi juga dapat mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

## **2.3. Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi**

### **2.3.1. Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang. Para ahli teori komunikasi mendefinisikan komunikasi antarpribadi secara berbeda-beda.

Pemikiran Bittner (1985:10)

“penyampain pesan oleh suatu orang dan penerima pesan orang lain atau sekelompok orang, dengan berbagai dampaknya dan peluang untuk memberikan umpan balik segera.”

Dapat diartikan bahwa pemikiran bittner bahwa komunikasi antar pribadi berlangsung apabila pengirim menyampaikan informasi berupa kata-kata kepada penerima, dengan menggunakan medium suara manusia (*human voice*).

Semnetara barnlund, Alo Liliweri (1991) mendefinisikan komunikasi antarpribadi

“komunikasi antar pribadi sebagai pertemuan antara dua, tiga, orang atau mungkin empat orang yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur, dengan ciri-ciri : Bersifat pontan, tidak mempunyai struktur, terjadi secara kebetulan, tidak menggelar tujuan yang telah direncanakan, identitas keanggotaanya tidak jelas, dapat terjadi hanya sambil lalu”

Pada dasarnya komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan dengan cara mengirimkan pesan dan prosesnya yang dialogis. Seperti yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa:

“Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya adalah karena komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Antara komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, umpan balik (*feed back*) berlangsung seketika dan komunikator mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan”. (1993:61)

### **2.3.1.1. Sifat-Sifat Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan oleh R. Wayne Pace (1979) bahwa “*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”. Menurut sifatnya komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*)

#### **A. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)**

Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal.

Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab

#### B. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*)

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain, apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif.

Karena komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan, sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (1993:62)

Tidak ada batas yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 orang orang, bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang. Tetapi tidak lebih dari 50 orang. (Cangara, 2002 : 37)

### **2.3.1.2. Fungsi-fungsi Komunikasi Antarpribadi**

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi menurut Allo Liliwari terdiri atas:

#### **A. Fungsi sosial**

Komunikasi antar pribadi secara otomatis mempunyai fungsi sosial, karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks social yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Dalam keadaan demikian, maka fungsi social komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

1. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan biologis dan psikologis
2. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
3. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
4. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
5. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

#### **B. Fungsi pengambilan keputusan**

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa manusia adalah makhluk yang dikaruniai akal sebagai sarana berpikir yang tidak dimiliki oleh semua makhluk di muka bumi. Karenanya ia mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan dalam setiap hal yang harus dilaluinya. Pengambilan keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh yang kuat dari orang lain.

Tujuan pokok dalam berkomunikasi adalah untuk memengaruhi orang lain, dan menjadikan diri kita sebagai suatu agen yang dapat memengaruhi, agen yang dapat menentukan atas lingkungan kita menjadi suatu yang kita inginkan (Sugiyono, 2005:9).

Dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi adalah untuk dapat bersosialisasi dengan orang lain, membantu orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi ini kita dapat menjadikan diri sebagai suatu agen yang dapat mengubah diri dan lingkungan sesuai dengan yang kita kehendaki, selain itu komunikasi ini juga bertujuan sebagai suatu proses belajar menuju perubahan yang lebih baik. (Maria, 2012 : 24)

### **2.3.1.3. Efektivitas Komunikasi Antarpribadi**

Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, yang bersifat secara dialogis, artinya arus balik terjadi secara langsung. Komunikator dapat mengetahui tanggapan komunikan pada saat itu juga.

Komunikator dapat mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif, negatif, berhasil, atau tidak. Jika tidak berhasil maka komunikator dapat memberikan kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya. Menurut Kumar (2000:121-122) efektivitas komunikasi antarpribadi mempunyai lima ciri :

- a. Keterbukaan (*openess*). Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi
- b. Empati (*emphaty*) merasakan apa yang sedang dirasakan oleh orang lain.
- c. Dukungan (*supportiveness*). Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.

- d. Rasa positif (*positiveness*). Seseorang harus memiliki rasa positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
- e. Kesetaraan (*equality*). Pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Komunikasi berlangsung efektif apabila kerangka pengalaman peserta komunikasi tumpang tindih (*overlapping*), yang terjadi saat individu mempersepsi mengorganisasi dan mengingat sejumlah besar informasi yang diterima dari lingkungannya. Derajat hubungan antarpribadi turut mempengaruhi keluasan (*breadth*) dari informasi yang dikomunikasikan kedalaman (*depth*) hubungan psikologis seseorang.

“Dengan berkembangnya hubungan sosial maka keluasan dan kedalaman komunikasi antarpribadi akan meningkat. Tingkat keluasan informasi yang dibicarakan dalam proses komunikasi antarpribadi dapat diilustrasikan dengan lingkaran.” Taylor dan Altman dikutip dari Joseph DeVito (1997:237-238)

Taylor dan Altman menjelaskan lingkaran dalam konteks komunikasi ini terbagi dalam 3 bagian yakni pada lingkaran luar, informasi yang diicarakan masih dangkal. Interaksi tersebut biasanya berlangsung antara individu dan kenalan. Lingkaran tengah menggambarkan hubungan yang lebih akrab, misalnya dengan kawan. Pada tahap ini informasi yang dibicarakan lebih mendalam.

Lingkaran dalam memperlihatkan hubungan sangat dekat. Jenis hubungan ini terjadi antara saudara kandung, orang tua, atau sahabat karib. Hal tersebut biasanya ditandai dengan membicarakan pesan tertentu untuk mencari pemecahan masalah yang tengah dihadapi. (Wiryanto, 2004 : 36).

#### **2.4. Tinjauan tentang Pengelolaan kesan**

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Goffman kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri ini, termasuk busana yang kita pakai, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni, cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita.

Memang segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kita melakukan hal itu dari situasi ke situasi. Cara kita berdandan dan berperilaku ketika kita diwawancarai dalam rangka melamar pekerjaan berbeda dengan cara kita berdandan dan berperilaku ketika kita menghadiri pengajian. Pendeknya, kita “mengelola” informasi yang kita berikan kepada orang lain.

Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan busana kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan.

Kita sadar bahwa orang lain pun berbuat hal yang sama terhadap kita, dan kita memperlakukannya sesuai dengan citra-dirinya yang kita bayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku, tetapi juga sekaligus sebagai khalayak.

Dalam kebanyakan kasus, pelaku dan khalayak mencapai apa yang Goffman sebut “konsensus kerja” (*working Consensus*) mengenai definisi atas satu sama lain dan situasi yang kemudian memandu interaksi mereka. Seperti aktor panggung, aktor sosial membawakan peran, mengasumsikan karakter, dan bermain melalui adegan-adegan ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Meskipun Goffman mengakui bahwa drama kehidupan sosial sehari-hari lebih penting dari pada produksi teater bagi mereka yang melaksanakan dan menyaksikannya, Goffman menunjukkan bahwa kedua jenis drama tersebut menggunakan teknik yang sama aktor sosial, seperti aktor teater, bergantung pada busana, make-up, pembawaan diri, dialek, pernik-pernik, dan alat dramatik lainnya

Untuk memproduksi pengalaman dan pemahaman realitas yang sama Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai “pertunjukan” (*performance*). Sebagian pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh respons tertentu, bagian lainnya kurang kita perhitungkan dan lebih mudah kita lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, namun pada

dasarnya kita tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggap kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Maka Goffman berujar :

“Apakah seorang performer jujur ingin menyampaikan kebenaran atau apakah seorang performer tidak jujur ingin menyampaikan kepalsuan, keduanya harus hati-hati menghiasi pertunjukan mereka dengan ekspresi yang sesuai, menghindari ekspresi yang mungkin mendeskreditkan kesan yang diperoleh dan berhati-hati agar khalayak tidak memberikan makna yang tidak dimaksudkan. “

Mekanisme di atas kita lakukan bukan hanya terhadap orang yang belum atau baru kita kenal, melainkan juga terhadap orang yang sudah kita kenal baik. Bila dalam interaksi dengan orang yang sudah lama kita kenal kita harus memastikan identitas sosial yang ingin mereka kedepankan, suasana hati mereka, kesan mereka terhadap kita, terlebih lagi dalam interaksi dengan orang yang baru kita kenal.

Karena itu, kita membutuhkan lebih banyak informasi lagi mengenai orang yang baru kita kenal atau belum kita kenal agar kita dapat memperlakukan mereka dan mengetahui apa yang dapat kita harapkan dari mereka. Meskipun demikian, kita jarang saling bertanya untuk memperoleh informasi tersebut, melainkan bergantung pada penampilan, tatakrama, dan setting tempat kita bertemu untuk mendefinisikan situasi.

Pengelolaan kesan merupakan aktivitas seseorang untuk membentuk pandangan orang lain terhadap dirinya berdasarkan simbol-simbol yang ia tampilkan. Pengelolaan kesan layaknya desain peran dalam suatu pertunjukan teater, yaitu adanya panggung depan (*front stage*), dan panggung belakang (*back stage*). panggung depan, merupakan tempat atau peristiwa sosial yang

memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan sedangkan panggung belakang, adalah tempat untuk mempersiapkan perannya di panggung depan. Melalui pengelolaan kesan yang baik. (Mulyana, 2013 : 112)

## **2.5. Tinjauan tentang *gender***

Istilah *gender* diperkenalkan oleh para ilmuwan sosial untuk menjelaskan perbedaan perempuan dan laki-laki yang bersifat bawaan sebagai ciptaan Tuhan dan yang bersifat bentukan budaya yang dipelajari dan disosialisasikan sejak kecil. Perbedaan ini sangat penting, karena selama ini sering sekali mencampur adukan ciri-ciri manusia yang bersifat kodrati dan yang bersifat bukan kodrati (*gender*).

Perbedaan peran *gender* ini sangat membantu kita untuk memikirkan kembali tentang pembagian peran yang selama ini dianggap telah melekat pada manusia perempuan dan laki-laki untuk membangun gambaran relasi *gender* yang dinamis dan tepat serta cocok dengan kenyataan yang ada dalam masyarakat. Perbedaan konsep *gender* secara sosial telah melahirkan perbedaan peran perempuan dan laki-laki dalam masyarakatnya.

Secara umum adanya *gender* telah melahirkan perbedaan peran, tanggung jawab, fungsi dan bahkan ruang tempat dimana manusia beraktivitas. Sedemikian rupanya perbedaan *gender* ini melekat pada cara pandang kita, sehingga kita sering lupa seakan-akan hal itu merupakan sesuatu yang permanen dan abadi sebagaimana permanen dan abadinya ciri biologis yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki. (Puspitawati, 2013 : 1 )

Menurut Crawford (2006) *gender* adalah serangkaian karakteristik dan sifat yang secara sosiokultural dilekatkan kepada laki-laki dan perempuan, Berebaum, dan Liben (2008) mendefinisikan *gender* sebagai karakteristik pembeda antara laki-laki dan perempuan yang bukan berdasarkan pada biologis, dan bukan bersifat kodrati tetapi berdasarkan pada kebiasaan atau karakteristik sosiokultural masyarakat yang membentuknya. Karakteristik atau sifat yang dilekatkan tersebut diciptakan oleh social atau budaya sekitar. (Herdiansyah, 2016 : 4)

Kata “*gender*” dapat diartikan sebagai perbedaan peran, fungsi, status dan tanggungjawab pada laki-laki dan perempuan sebagai hasil dari bentukan (konstruksi) sosial budaya yang tertanam lewat proses sosialisasi dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Dengan demikian *gender* adalah hasil kesepakatan antar manusia yang tidak bersifat kodrati. Oleh karenanya *gender* bervariasi dari satu tempat ke tempat lain dan dari satu waktu ke waktu berikutnya. *Gender* tidak bersifat kodrati, dapat berubah dan dapat dipertukarkan pada manusia satu ke manusia lainnya tergantung waktu dan budaya setempat. Dengan demikian *gender* menyangkut aturan sosial yang berkaitan dengan jenis kelamin manusia laki-laki dan perempuan.

Perbedaan biologis dalam hal alat reproduksi antara laki-laki dan perempuan memang membawa konsekuensi fungsi reproduksi yang berbeda (perempuan mengalami menstruasi, hamil, melahirkan dan menyusui; laki-laki membuahi dengan *spermatozoa*).

Jenis kelamin biologis inilah merupakan ciptaan Tuhan, bersifat kodrat, tidak dapat berubah, tidak dapat dipertukarkan dan berlaku sepanjang zaman. Namun demikian, kebudayaan yang dimotori oleh budaya patriarki menafsirkan perbedaan biologis.

Lain halnya dengan kebudayaan barat, budaya barat memiliki resep *gender* yang kuat, Anak gadis dan perempuan dewasa diharapkan untuk penuh perhatian dan bisa diajak kerja sama, sementara anak laki-laki dan laki-laki dewasa harus independen, tegas, kompetitif. (Julia, 2012 : 56)

Seringkali, kaum perempuan dilabeli sifat-sifat tertentu yang merugikan. Salah satunya adanya stereotip yang menyatakan bahwa perempuan adalah makhluk yang emosional dan labil sehingga tidak pantas untuk dijadikan pemimpin atau memimpin sebuah organisasi karena keputusan yang dibuatnya tidak akan adil.

Masyarakat luas, stereotip yang memojokan dan merugikan kaum perempuan lebih banyak ketimbang kaum laki-laki sehingga stereotip tersebut akan sangat menghambat kaum perempuan untuk dapat berdiri sejajar dengan kaum laki-laki. (Herdiansyah, 2016 : 6)

Akhirnya tuntutan peran, tugas, kedudukan dan kewajiban yang pantas dilakukan oleh laki-laki atau perempuan dan yang tidak pantas dilakukan oleh laki-laki atau perempuan sangat bervariasi dari masyarakat satu ke masyarakat lainnya. Ada sebagian masyarakat yang sangat kaku membatasi peran yang pantas dilakukan baik oleh laki-laki maupun perempuan.

Namun demikian, ada juga sebagian masyarakat yang fleksibel dalam memperbolehkan laki-laki dan perempuan melakukan aktivitas sehari-hari, misalnya perempuan diperbolehkan bekerja sebagai kuli bangunan sedangkan laki-laki sebagian besar menyabung ayam untuk berjudi. (Puspitawati, 2013 : 2).

## **2.6. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan pada penjabaran yang telah dilakukan, yang dimana penelitian ini berdasarkan pada perspektif dramaturgis, dimana merupakan studi yang mempelajari segala sesuatu proses dari perilaku yang merupakan sebuah teater atau permainan peran.

Dalam mengamati proses perilaku, peneliti mengamati secara subyektif dari pelaku dramaturgi karena untuk mengetahui lebih dalam proses tersebut berlangsung. Maka, disini peneliti mencoba memberikan gambaran tentang kerangka pemikiran dari proses dramaturgi dan pengelolaan kesan *crossdresser cosplay* pria di kota Bandung.

Salah satu contoh kehidupan sosial dalam penelitian ini adalah *crossdresser cosplay* pria yang sudah menjadi realitas sosial yang memang banyak digandrungi oleh remaja Indonesia khususnya di kota Bandung.

*Crossplay* pria tersebut memerankan peranya sebagai aktor yang memakai kostum lawan jenis khas tokoh *anime* yang disenanginya, dan kemudia dilihat dan disaksikan oleh penonton yang merupakan orang lain yang melihat para *crossplay* pria sedang beraksi seolah-olah mereka adalah perempuan dalam kehidupan ini.

Yang selanjutnya realitas sosial tersebut ditangkap dalam sebuah studi yang bernama studi Dramaturgi yang merupakan sebuah sandiwara kehidupan, lebih lengkapnya Erving Goffman mengemukakan dalam Mulyana, 2008: 107 :

Menurut Erving Goffman Dramaturgi lebih bersifat penampilan teateris, yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Ada aktor dan penonton. Tugas aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, masyarakatlah (penonton) yang memberi interpretasi.

Dalam mengupas suatu kasus perlu sesuatu yang hendak dicari dalam realitas yang terjadi dan terlukis nyata dalam kehidupan, di dalam Dramaturgi yang notabenehnya adalah karya Erving Goffman yang terinspirasi dari teori Interaksi Simbolik dimana pendekatan dramaturgis.

Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain. Dalam pengantar bukunya, *The presentation of self in everyday life*, yang dikutip oleh Deddy Mulyana oleh Goffman menyatakan :

“Perspektif yang digunakan dalam laporan ini adalah perspektif pertunjukan teater, prinsip-prinsipnya yang bersifat dramaturgis. Saya akan membahas cara individu... menampilkan dirinya sendiri dan aktifitasnya kepada orang lain, cara ia memandu dan mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain terhadapnya dan segala hal yang mungkin ia lakukan untuk menopang pertunjukan di hadapan orang lain”.

Dalam penelitian ini sesuatu yang hendak dicari dalam penelitian ini adalah kesan yang ditampilkan oleh seorang *crossplay* pria saat ia berinteraksi dengan sesamanya yang ia harapkan tumbuh pada orang lain saat ia memerankan tokoh perempuan dari *anime* atau kartun Jepang yang disenanginya.

Untuk mengetahui hal tersebut dapat diketahui dalam beberapa kondisi, saat para *crossplay* pria sedang berada dihadapan publik atau di panggung depan, pada saat *crossplay* pria sedang mempersiapkan diri sebelum berhadapan dengan publik atau panggung tengah, pada saat *crossplay* pria sedang berada dalam kehidupan aslinya bersama pasangannya atau panggung belakang.

Goffman berpendapat bahwa :

“Kehidupan sosial manusia terbagi menjadi dua bagian yaitu wilayah depan” (front region) dan “wilayah belakang” (back region). Ketika suatu individu sedang menampilkan dirinya di depan umum atau khalayak banyak dan mengemas gaya yang dikemasnya kepada orang lain dengan peran tertentu, maka dianggap individu tersebut sedang berada di depan panggung (front stage), dan belakang panggung (backstage) terjadi pada saat individu sedang tidak bermain peran dan berada ditempat ternyamanya atau individu tersebut sedang mempersiapkan diri-nya untuk menjalani peran, disebut panggung belakang (back stage), lalu panggung tengah (middle stage) yaitu wilayah untuk melakukan persiapan ke panggung depan (Mulyana, 2008: 58).

Pada saat *crossplay* pria sedang berada dalam situasi panggung tertentu terdapat suatu Interaksi yang dinamakan interaksi simbolik yang dimana interaksi simbolik mengakui bahwa interaksi adalah suatu proses interpretatif dua arah. Salah satu fokus interaksi simbolik adalah efek dari interpretasi terhadap orang yang tindakannya sedang di interpretasikan.

Interaksi simbolik berakar dan berfokus pada hakekat manusia yang adalah makhluk relasional. Setiap individu pasti terlibat relasi dengan sesamanya. Tidaklah mengherankan apabila kemudian teori interaksi simbolik segera mengedepan apabila dibandingkan dengan teori lainnya. Alasannya ialah diri manusia muncul dalam dan melalui interaksi dengan yang diluar dirinya. Interaksi itu sendiri membutuhkan simbol-simbol tertentu.

Interaksi simbolik menolak bahwa individu adalah organisme pasif yang yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksilah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat.

Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap objek yang sama. “Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi dan pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008: 68).

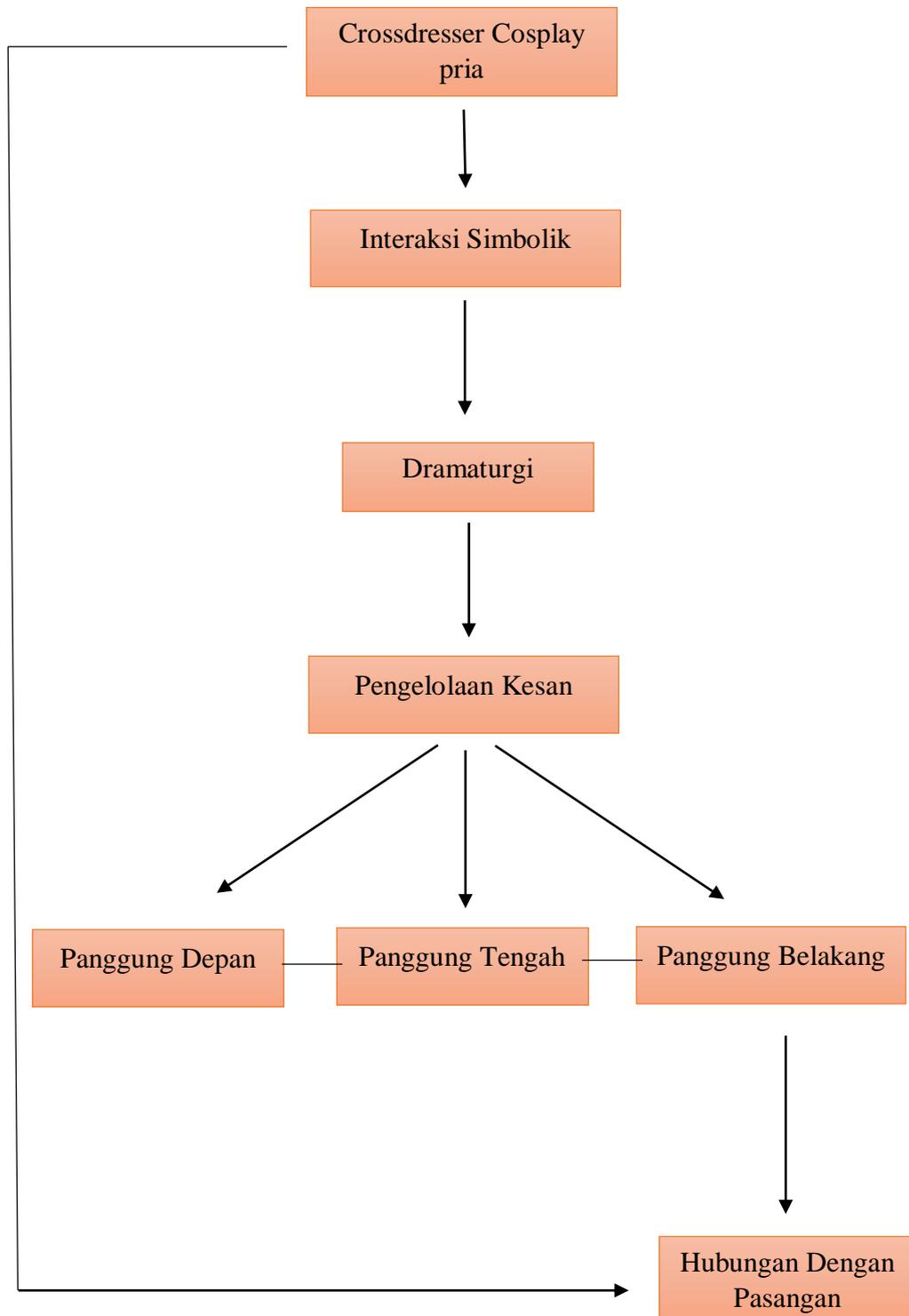
Kita tidak saja harus memahami bahwa tindakan seseorang adalah produk dari cara mereka menafsirkan perilaku orang lain, namun juga bahwa interpretasi ini akan memberikan pengaruh pada individu yang tindakanya telah diinterpretasikan dengan cara-cara tertentu, yang Esensinya adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008: 68).

Seseorang dalam kehidupannya pasti mempunyai seseorang yang dianggap berharga dalam setiap *momentnya*, seseorang yang sangat dicintai untuk menemani, berbagi keluh kesah dan suka duka selama proses kehidupan ini berlangsung, salah satunya seorang *crossdresser cosplay* pria yang selalu berperan sebagai perempuan pada saat berada di wilayah panggung depan.

Pada saat panggung belakang seseorang *crossdresser cosplay* pria pasti mempunyai seorang perempuan yang dicintainya untuk menjalani kehidupannya kedepan, yang selanjutnya digambarkan dalam bentuk kerangka pemikiran sebagai alur kerangka peneliti dalam menginterpretasikan penelitian ini.

Tabel 2.2

## Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2019