

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan tentang Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan peninjauan pustaka terhadap beberapa hasil-hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas tentang konstruksi makna dengan menggunakan metode yang sama, yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

Aspek Penelitian	Nama Peneliti		
	Muhammad Iqbal & Nuryah Asri Sjafirah	Abdul Hadi Khamilsyah	Shalli tsania
Unversitas	Universitas Padjajaran	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
Judul Penelitian	Makna Jurnalisme Warga Bagi Jurnalis Warga Netcj.Co.Id	Konstruksi Makna ngopi kualitatif dengan desain penelitian Fenomenologi	Konstruksi Makna Nebeng kualitatif dengan desain penelitian Fenomenologi
Tujuan Penelitian	ingin mengetahui motif jurnalis warga dalam mengirimkan hasil liputan ke platform netcj.co.id dan bagaimana pengalaman serta cara mereka saat melaksanakan	untuk memahami Konstruksi Makna Ngopi Di Kalangan Mahasiswi Kota Bandung.	untuk mengetahui Konstruksi Makna Nebeng bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung.

	atau memaknai tugas layaknya seorang jurnalis profesional.		
Hasil Penelitian	Hasil penelitian yang telah dijabarkan, simpulan dari penelitian ini adalah pengalaman kelima informan dalam mengenal aktivitas jurnalisisme warga cukup berbeda. Proses pengenalan kelima informan diperoleh dari menonton hasil liputan jurnalis warga yang ditayangkan di televisi, memperoleh informasi dari internet, dan mencari tahu melalui rekan yang telah menjalankan aktivitas jurnalisisme warga lebih dahulu.	Hasil Penelitian: 1) pemaknaan mahasiswi kota Bandung tentang ngopi makna dulu yang mengatakan Nilai ngopi itu identik dengan orang tua, laki-laki dan para pekerja, tetapi saat ini ngopi cenderung dilihat sebagai gaya hidup sekelompok orang dan halnya pada mahasiswi atau pelajar saat ini. 2) Motif ngopi mahasiswi di kota Bandung ketika mengalami kepenatan dari aktivitas kuliah, mereka memilih mengunjungi kedai kopi untuk menyegarkan kembali pikiran mereka dengan menikmati secangkir kopi dan bersosialisasi dengan teman 3) pengalaman mahasiswi ngopi juga dapat ditipikasi menjadi pengalaman positif dan pengalaman	Hasil penelitiannya adalah 1). Motif para anggota komunitas beragam, in order to motives kebanyakan mereka ingin memiliki banyak teman dan relasi baik itu untuk kepentingan pribadi dan bisnis, sedangkan because motives yaitu adanya kesulitan menemukan transportasi untuk pulang atau berpergian. 2). Pengalaman yang dirasakan para anggota komunitas melakukan kegiatan tebeng menebeng terutama dengan orang asing, selain adanya share atau hal yang dibagi baik itu pemberi dan pencari tebengan berupa cost perjalanann, makanan atau minuman, cerita pribadi atau kerjaan serta hal lainnya.

		negatif, bagi mahasiswi pengalaman positifnya dapat mengembalikan energi bagi penikmatnya dan pengalaman negatifnya orang yang sudah mengalami ketergantungan kopi akan sering merasa letih atau lelah, tak bersemangat dan mengantuk kalau sehari saja tidak minum kopi.	Pengalaman yang dibuat narasi atau cerita akan mudah dimengerti oleh masyarakat, pengalaman berkendara yang menyenangkan, menekan biaya transportasi, menambah relasi dan wawasan memperlihatkan bahwa public transportasi masa depan seperti nebengers. 3). Adanya konstriuksi pada kata nebeng adalah berbagi hal pribadi dengan orang lain terutama alat transportasi. Nebeng berarti memberikan kepercayaan satu sama lainnya bukan lagi pada orang yang biasa kita kenal melainkan mereka orang asing, nebeng menjadi aksi nyata untuk kita lebih saling memiliki hubungan baik atau ber silaturahmi, serta nebeng merupakan salah satu solusi untuk mengurangi kemacetan di kota Bandung dengan meminimalisir
--	--	--	---

			jumlah kendaraan yang keluar dijalanjalan.
--	--	--	--

Sumber: Peneliti, 2019

Berdasarkan penelitian terdahulu dalam analisis fenomenologi yang telah dilakukan oleh peneliti lain, dibandingkan dengan penelitian ini memiliki beberapa perbedaan. Dari segi pengambilan objek penelitian yakni penelitian ini mengambil objek Warganet. Meskipun sama-sama melakukan analisis fenomenologi terhadap makna. Maka dari itu, peneliti meyakini bahwa penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya.

2.2 Tinjauan tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hal yang sangat penting bagi manusia, apabila manusia tidak berkomunikasi maka sulit bagi manusia untuk hidup. Sejatinya manusia adalah makhluk sosial, maka dari itu adanya komunikasi membuat manusia menjadi bersosialisasi. Dimana manusia itu mempunyai naluri saling membutuhkan dan berkomunikasi antar sesamanya. Tak hanya bersosialisasi dengan orang lain, manusia juga dapat berkomunikasi dengan diri sendiri, Tuhan dan makhluk hidup lainnya.

Sedangkan ilmu komunikasi sendiri ialah ilmu terapan, di mana ilmu komunikasi sendiri masuk dalam ilmu sosial, dan ilmu sosial itu sendiri tidak bersifat pasti, di karenakan masih banyak hal-hal lain dalam ilmu sosial yang bias

berkembang sehingga ilmu komunikasi yang termasuk dalam ilmu sosial tidak bersifat absolut.

Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi terhadap sesama manusia maupun lingkungan sekitar. Memiliki potensi dalam berkomunikasi. Ketika manusia diam, manusia itu sendiripun sedang melakukan komunikasi dengan mengkomunikasikan perasaannya, baik secara sadar maupun tidak.

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi sudah banyak dijelaskan oleh ahli-ahli dan ilmunan ilmunan di dunia. pengertian komunikasi dari Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti “pemberitahuan”. Perkataan *communicatio* tersebut bersumber pada kata *communis* yang berarti “sama”, yang dimaksudkan dengan “sama” disini adalah “sama arti” atau “sama makna”. Suatu pemberitahuan akan membuat seseorang menjadi tahu jika terdapat kesamaan arti antara dia dengan orang yang memberi tahu, dengan lain perkataan, dia mengerti. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama.

Sama di sini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu.

Komunikasi di jelaskan oleh banyak beberapa ahli komunikasi, salah satunya oleh Wiryanto dalam karya bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* :

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat yang diambil dari *communis*, yang bermakna umum bersama-sama. (Wiryanto, 2004:5)

Dalam konteks ini komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan. (Rohim, 2009:1).

Jadi secara sederhana dapat disimpulkan bahwa, tanpa berkomunikasi seorang manusia tidak akan dapat hidup di dunia ini, karena sejatinya manusia harus berkomunikasi atau berinteraksi dan bertukar pikiran. istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan *communis* yang berarti kebersamaan antara dua orang atau lebih.

2.2.2 Proses Komunikasi

a) Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi ini adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada seorang komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai suatu media atau saluran. Lambang ini biasanya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu

lambang-lambang yang digunakan berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Effendy, 2011:11).

b) Proses Komunikasi Sekunder

merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2011:16) Media yang digunakan adalah surat, telepon, surat kabar, radio atau televisi.

Everett M.Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Wiryanto dalam Rismawaty, Desayu Eka Surya dan Sanggra Juliano 2014:69)

Proses komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan yang bisa berupa tanya jawab, gagasan, informasi, opini dan lain-lain. interaksi dengan maksud dan tujuan tertentu yang diharapkan menimbulkan *feedback* (timbal balik). Dari uraian di atas beberapa pendapat tersebut, memaparkan bahwa komunikasi pada dasarnya dapat dipandang dari berbagai dimensi. Jika pandang sebagai proses, komunikasi merupakan kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara dinamis.

2.2.3 Komponen Komunikasi

Menurut Harlod Lasswell dalam karyanya pengertian komunikasi adalah *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *who says what in which channel to whom and with what effect ?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa lima unsur komunikasi sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

- Komunikator (*communicato, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel*)
- Komunikan (*communicant, Communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Menurut Harold Lasswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses menjelaskan “siapa”, mengatakan “apa”, dengan saluran “apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. (*who says what in which channel to whom and with what effect*). (Riswandi,2009:1-2).

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tesebut adalah, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Dalam konteks ini komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal kepada komunikan yang

langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik.

1. Komunikator dan komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah proses komunikasi. Komunikator juga sering disebut dengan sumber (*Source, sender*, atau *encoder*). Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyebutkan bahwa:

“Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi, dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi atau lembaga.” (Cangara, 2004:23)

Begitu pula dengan komunikator atau penerima (*audience, receiver*). Cangara menyebutkan bahwa seorang penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, maupun negara.

“Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.” Cangara juga menekankan “Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui karakteristik penerima (khalayak). Berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi” (Cangara, 2004:25).

2. Pesan

Dalam bahasa Inggris pesan disebut juga dengan message, content, atau information. Salah satu unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan. Cagara menyebutkan :

“Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, maupun propaganda.” (Cagara, 2004:23)

3. Media

Media massa dalam proses komunikasinya merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima (komunikator ke komunikan). Media yang digunakan dalam proses komunikasi ini bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu panca indera, selain itu :

“Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.” (Cagara 2004:24)

Cagara menjelaskan lebih jelas lagi dalam konteks komunikasi massa media bahwa :

“Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarkannya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronk antara lain radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio casatte, dan semacamnya.” (Cangara, 2004:24)

4. Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Dikemukakan oleh De Fleur yang kemudian dikutip oleh Cangara, dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa pengaruh atau efek adalah:

“Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang.” (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Maka dari itu, Cangara menjelaskan bahwa pengaruh dapat juga di simpulkan sebagai perubahan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang akibat penerimaan pesan.

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Setiap manusia pastinya mempunyai tujuan dalam melakukan hal apapun, tidak terkecuali dalam melakukan komunikasi, tentunya mempunyai tujuan. Setiap orang yang melakukan komunikasi pasti mempunyai tujuan pula guna untuk merubah opini, gagasan atau apapun itu.

Onong Uchjana Effendy dalam buku *Dimensi-dimensi Komunikasi*, diantaranya adalah:

- a) Perubahan sikap (*attitude change*)
- b) Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c) Perubahan perilaku (*behaviour change*)
- d) Perubahan sosial (*social change*)

(Effendy dalam Solihat, Manap. Melly Maulin P. Oleh Solihin, 2014:10)

Sedangkan Joseph A DeVito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia* menyebutkan bahwa tujuan dari komunikasi adalah :

- a) Menemukan

Berkomunikasi dapat membuat kita memahami secara baik diri kita sendiri maupun diri orang lain yang sedang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.

- b) Untuk berhubungan

Salah satu motivasi dalam diri manusia yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

- c) Untuk meyakinkan

Media massa ada sebgaiian besar untuk menyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

d) Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak. (DeVito, 2011:31).

2.2.5 Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi diartikan sebagai perlengkapan hardware, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial dimana individu-individu mengumpulkan, memproses, dan tukar-menukar informasi dengan individu-individu lain (Roger dalam Noegroho, 2010:3). Teknologi komunikasi dapat membawa seorang individu melintasi batas ruang dan waktu serta mendapat informasi yang tidak didapat sebelumnya (McLuhan dalam Noegroho, 2010:4).

Rogers dalam Kurnia (2005:291) melihat bahwa “teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain”. Devenisi Rogers tersebut menunjukkan bahwa teknologi komunikasi mempunyai beberapa karakteristik, yaitu :

1. Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras atau alat.
2. Teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu.
3. Teknologi komunikasi membawa nilai-niai tertentu dari struktur di atas.
4. Teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras dibidang komunikasi.

Teknologi komunikasi yang semakin pesat ini telah membuat dunia terasa semakin kecil dan ruang dan waktu menjadi tak berjarak, teknologi komunikasi

sebuah struktur media keras yang mengandung nilai-nilai sosial yang memungkinkan setiap individu memproses dan mengumpulkan, serta bisa saling bertukar (*Sharing*) informasi dengan individu-individu lainnya untuk mendapatkan *feedback* (timbang balik). Teknologi dan komunikasi seolah tidak terpisahkan satu sama lain. Proses komunikasi telah banyak mendapatkan sentuhan oleh teknologi, tanpa adanya sentuhan tersebut rasa-rasanya proses komunikasi akan sangat terbatas dan susah untuk dilakukan, tetapi memang dalam situasi-situasi tertentu teknologi dapat menyebabkan distorsi, keterlambatan dan gangguan terhadap efektivitas dari komunikasi itu sendiri.

2.3 Tinjauan tentang Komunikasi Verbal dan Nonverbal

2.3.1 Komunikasi Verbal

Manusia sebagai makhluk sosial sering berkomunikasi dan berinteraksi tentunya melalui bahasa dan simbol-simbol.

“Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal” (Deddy Mulyana dalam Solihat, Manap. Melly Maulin P. Olih Solihin, 2014:45).

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (DeVito, 2011:51).

Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Karena suatu bahasa itu hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di suatu kelompok untuk menggunakannya.

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita, bahasa verbal yang di gunakan adalah bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional, bahasa daerah hanya di pakai dalam suatu wilayah tertentu yang di mengerti oleh suatu kelompok.

2.3.1.1 Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Mulyana, 2005) bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

1. Mengetahui dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa

yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.

2. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
3. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita. (dalam Solihat, Manap. Melly Maulin P. Olih Solihin, 2014:47).

Penamaan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang untuk mengenal dunia di sekitar kita, melalui bahasa kita bisa berinteraksi dengan orang lain mengandung perasaan untuk saling memahami, mengenal dan mencapai tujuan yang di sepakati.

2.3.2 Komunikasi Nonverbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Riswandi, 2009:69), menjelaskan bahwa :

“Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan menggunakan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima”.

DeVito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

- a) Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
- b) Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
- c) Pesan non-verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan non-verbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
- d) Pesan non-verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non-verbal.
- e) Komunikasi non-verbal di kendalikan oleh aturan.

- f) Komunikasi non-verbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan nonverbal seringkali berfungsi untuk mengomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Bagi pengirim atau penerima jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja atau tidak disengaja bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain yang memiliki nilai potensial. Cara kita bergerak untuk mengisyaratkan situasi interaksi untuk berkomunikasi dengan orang lain didasarkan kepada respon fisik dan respon emosional terhadap rangsangan lingkungan.

2.3.2.1. Ciri-Ciri Umum Pesan Non Verbal

DeVito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
3. Pesan non-verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan non-verbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan non-verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non-verbal.
5. Komunikasi non-verbal di kendalikan oleh aturan.
6. Komunikasi non-verbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan nonverbal seringkali berfungsi untuk mengomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.

pesan nonverbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna, perilaku komunikasi bersifat komunikatif, perilaku yang mengkomunikasikan sesuatu berbentuk paket atau pesan yang terkadang bertentangan dan di bawah kendali aturan.

2.3.2.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
 2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
 3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
 4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat.
- (Cangara, 2011:106)

2.4 Tinjauan tentang Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual adalah *virtual reality* pada ruang lingkup (alam maya) salah satu jalur penyaluran pesan lewat media massa yang distribusinya melalui jaringan internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, *up to date* (terkini), interaktif, dan *two way communication*. Komunikasi virtual dilakukan dengan cara digital yang bersifat maya, komunikasi virtual membutuhkan jaringan internet yang merupakan mempunyai peran utama yang menjadi penghubung di antara komunikator dengan komunikan.

Berbicara mengenai komunikasi virtual tentunya tidak bisa lepas dari internet karena itu menjadi saluran utamanya. Pada dasarnya internet bertujuan untuk memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, mencari literasi, dan keperluan ekonomi dimana pengguna internet tersebut

bisa merasakan seperti tidak ada batasan seperti waktu maupun wilayah. komunikasi virtual yang kian canggih setiap harinya didalam kehidupan manusia.

Komunikasi virtual merupakan inovasi-inovasi yang terus dikembangkan pada *new media* (media baru). Munculnya media baru ini merupakan hasil perkembangan dan penyempurnaan dari media lama yang sebagaimana pendahulunya, media baru sering juga memanfaatkan tampilan lama atau mengemas kembali isi dari media lamanya. Penggunaan media lama ini dirasa masih sangat banyak sekali memiliki kekurangan, sehingga manusia berinovasi dan berlomba-lomba untuk membuat media baru yang dalam penggunaannya tidak terbatas oleh wilayah dan waktu, sekaligus bisa menjadi media interaksi dan interkoneksi. Jadi melalui komunikasi virtual pengguna bisa memberikan feedback terhadap apa yang mereka lihat, baik itu dalam bentuk *comment*, *like*, dan sebagainya.

Komunikasi virtual dapat di-update kapan saja dan lingkupnya lebih global atau universal jika dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Komunikasi virtual bisa dilakukan secara langsung, komunikator dan komunikan berinteraksi pada waktu yang sama, tanpa penundaan waktu untuk memberi respon atas pesan yang diterima. Secara tidak langsung yaitu kebalikan dari yang real time, ada penundaan waktu respon atas pesan-pesan yang disampaikan oleh para pihak yang berkomunikasi. Bisa dilakukan oleh individu maupun kelompok, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, individu dengan individu.

2.5 Tinjauan tentang Komunikasi Kelompok

2.5.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah merapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok. (Mulyana, 2005: 61).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya. komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

2.5.2 Elemen - Elemen Kelompok

Dikutip dari Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* , Komunikasi mempunyai 4 elemen yang muncul dari Adler dan Rodman, diantaranya :

1. Elemen pertama adalah interaksi dalam komunikasi kelompok merupakan faktor yang penting, karena melalui interaksi inilah, kita dapat melihat perbedaan antara kelompok dengan istilah yang disebut dengan coact. Coact adalah sekumpulan orang yang secara serentak terkait dalam aktivitas yang sama namun tanpa komunikasi satu sama lain. Misalnya, mahasiswa yang hanya secara pasif mendengarkan suatu perkuliahan, secara teknik belum dapat disebut sebagai kelompok. Mereka dapat dikatakan sebagai kelompok apabila sudah mulai mempertukarkan pesan dengan dosen atau rekan mahasiswa lain.
2. Elemen yang kedua adalah waktu. 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 dalam jangka waktu yang panjang, karena dengan interaksi ini akan dimiliki karakteristik atau ciri yang tidak dimiliki oleh kumpulan yang bersifat sementara.
3. Elemen yang ketiga adalah ukuran atau jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok. Tidak ada ukuran yang pasti mengenai jumlah anggota dalam suatu kelompok. Untuk mengatasi perbedaan jumlah anggota tersebut, muncul konsep yang dikenal dengan smallness, yaitu kemampuan setiap anggota kelompok untuk dapat mengenal dan memberikan reaksi terhadap anggota kelompok lainnya. dengan smallness ini, kuantitas tidak dipersoalkan sepanjang setiap anggota mampu mengenal dan memberi reaksi pada anggota lain atau setiap anggota mampu melihat dan mendengar anggota yang lain atau seperti yang dikemukakan dalam defisi pertama.
4. Elemen terakhir adalah tujuan yang mengandung pengertian bahwa keanggotaan dalam suatu kelompok akan membantu individu yang menjadi anggota kelompok tersebut dapat diwujudkan satu atau lebih tujuannya. Kelompok menentukan cara berkata, berpakaian, bekerja juga. (Rakhmat dalam Rismawaty. Desayu Eka Surya. Sangra Juliano. 2014:184-185).

Dapat di simpulkan dari pernytaa di atas interaksi sangat penting bagi seseorang, interaksi di sini harus membutuhkan waktu yang sangat panjang untuk mengenal ukuran dan jumlah anggota tersebut agar dapat di wujudkannya satu atau lebih tujuannya.

2.6 Tinjauan tentang Konstruksi Makna

Konstruksi makna diartikan sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensor mereka sebagai proses dengan mana orang mengorganisasi dunia dalam perbedaan yang signifikan guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Proses ini kemudian dijalankan melalui konstruksi kode-kode sosial, budaya, dan sejarah yang spesifik. Konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia.

Ringkasnya konstruksi makna adalah konsep produksi makna yang bisa berubah-ubah oleh bahasa. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada, karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam proses negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu

Makna dari obyek yang terdapat di dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan obyek tersebut. Aliran konstruktivisme memahami bahwa konsep dari makna yang dihasilkan oleh individu dikonstruksikan berdasarkan kumpulan pengetahuan (*stock of knowledge*) individu yang dipengaruhi oleh pengalaman-pengalamannya. “Realitas dari sebuah objek nyata merupakan keterkaitan individu terhadap objek tersebut” (Bungin, 2009:3). Hal

yang sama diungkapkan oleh Effendy dalam bukunya *Kamus Komunikasi*, pemahaman tentang konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dan paradigma konstruktivis, yaitu “Konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksikan oleh individu”. (Effendy, 1989:2).

Dalam hal ini dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuannya yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari obyek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan obyek tersebut. Menurut Von Glasefeld (2005), konstruktivisme merupakan salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan merupakan hasil konstruksi (bentukan) kita sendiri. Menurutnya, ”Pengetahuan bukan merupakan gambaran dunia kenyataan (realitas), melainkan konstruksi kognitif individu terhadap pengalamannya” (Glasefeld dalam Suparno, 1997:18).

Pandangan mengenai konstruktif diatas memberikan penulis gambaran bahwa terdapat hubungan antara makna yang dihasilkan oleh individu dengan realitas dunia nyata. Hubungan tersebut merupakan keterkaitan antara makna, pengetahuan, realitas dan pengalaman individu. Melalui pengalaman-pengalamannya, individu mengumpulkan konsep-konsep dalam berbagai konteks terkait dengan objek yang dimaknai tersebut. Konsep tersebut merupakan bentukan dari kognitif individu dari informasi yang diperolehnya.

Kemudian konsep-konsep tersebut terkumpul menjadi satu kesatuan pengetahuan dalam mendefinisikan suatu obyek. Definisi terhadap objek tersebut

menuntun manusia terhadap makna obyek tersebut menurut atau bagi dirinya. Makna menurut atau bagi individu inilah yang kemudian mengkonstruksi realitas individu terhadap suatu objek.

2.7 Tinjauan tentang Jurnalisme Warga

Sebuah fenomena yang sangat menarik untuk dibicarakan, *citizen journalism* erat hubungannya dengan dunia maya. Tak dapat kita pungkiri perkembangan media online menyebabkan munculnya istilah *citizen journalism* atau yang lebih kita kenal dengan istilah jurnalisme warga.

Citizen journalism (Jurnalisme Warga) aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa yang bukan berprofesi sebagai wartawan atau praktik jurnalisme warga. Wartawan jurnalistik adalah seseorang yang melakukan kegiatan jurnalistik atau seseorang yang menuliskan beritasecara teratur dan bentuk tulisannya dimuat oleh media. Wartawan mencari sumber mereka untuk ditulis dalam laporannya, dan mereka diharapkan untuk menulis laporan yang paling objektif dan tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat. Tulisan ini lalu dapat dipublikasi dalam media, seperti televisi, radio, koran, majalah, film dokumenter, dan internet.

Konsep dasar dalam *citizen journalism* yaitu memposisikan audiens sebagai produsen berita juga, bukan hanya konsumen pasif seperti selama ini berjalan dalam logika kerja jurnalisme tradisional berbasis media massa. Dengan kata lain, posisi antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, narasumber sebagai muasal berita, dan audiens sebagai konsumen berita sudah lebur begitu

cair. Antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara rigid karena setiap orang dapat memerankan keduanya (Gillmor, 2004: xii-xv). Intinya, dalam citizen journalism yang diutamakan adalah interaksi dan interkoneksi.

Di samping itu, prinsip dasar *citizen journalism* yang lain adalah bahwa berita adalah merupakan produk konstruksi bersama antara wartawan dengan pembaca. Jika sebelumnya berita sebatas dimaknai sebagai peristiwa yang dilaporkan melalui media massa (Simbolon, 2006: 87)

jurnalisme warganet sama dengan wartawan karena sama-sama berada dalam ranah jurnalistik. Bedanya adalah wartawan terikat dengan kode etik jurnalisme yang telah disepakati sehingga ketika wartawan melakukan kesalahan dalam proses penulisan berita, wartawan tersebut dapat diberikan sanksi. Sementara bagi citizen jurnalistik hal tersebut bersifat fleksibel.

Bersifat fleksibel dalam hal ini diartikan bahwa akan mendapatkan sanksi sesuai dengan konteks berita yang ditulis. Ketika berita yang ditulis itu mengandung unsur pelecehan atau pencemaran nama baik, maka yang bersangkutan dapat diberikan sanksi sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku namun tidak dapat diberikan sanksi secara kelembagaan karena citizen jurnalistik tidak bernaung dalam lembaga pers atau industri media.

Lahirnya bentuk jurnalistik seperti ini tentu tidak lepas dari berkembangnya media online yang membuat masyarakat dapat menjadi pewarta berita layaknya seorang wartawan sungguhan. Media *online* memberikan ruang bagi masyarakat biasa untuk ikut mengontrol setiap pemberitaan mengenai suatu

peristiwa. Namun bukan berarti jurnalisme warganet bebas untuk menulis berita sesuai kemauan mereka, jurnalisme warganet bisa menjadi timbulnya penyebab utama banjirnya informasi dan berkembangnya informasi bohong atau yang sering terdengar berita palsu (*hoax*), Masyarakat manakah yang tidak kenal dengan citizen jurnalistik. Berdasarkan pengamatan, jurnalisme warganet kini sedang marak dikalangan masyarakat khususnya di kalangan Wartawan jurnalistik .

2.8 Tinjauan tentang Foto jurnalistik

Foto jurnalistik pada dasarnya adalah suatu berita/informasi yang penyajiannya dalam bentuk visual, sekalipun mutlak adanya suatu *caption*, agar memberikan keterangan lengkap dalam menginformasikan. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa fotografi jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan visual yang dikombinasikan dengan sebuah *caption*. Sebuah foto bisa dikatakan sebagai foto jurnalistik apabila medium penyampaian berita tersebut kepada khalayak dengan tujuan adanya satu kesatuan komunikasi.

Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi, perbedaan foto jurnalistik adalah terletak pada pilihan, jurnalisme foto berarti memilih foto mana yang cocok. Contohnya di dalam peristiwa debat Pilihan presiden dimulai dengan sambutan kedua calon presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo beserta wakilnya, Prabowo Subianto beserta wakilnya hingga berlangsungnya orasi tersebut sampai selesai, tapi seorang wartawan foto hanya mengambil yang menarik saja yang memiliki *komodifikasi* (berita yang memiliki daya jual), publik figure atau pada saat antar

kedua calon presiden tersebut debat mempertahankan argumen yang mereka tangguhkan, perjanjian antara Presiden Republik Indonesia dengan Rakyat.

Hal lain yang membedakan antara foto dokumentasi dengan foto jurnalistik hanya terbatas pada apakah foto itu dipublikasikan di lembaga media yang menaungi pemberitaan tersebut atau tidak. Foto dapat dinilai dari beberapa unsur yang sudah ditentukan yaitu aktualisasi, berhubungan dengan berita, kejadian luar biasa, promosi, kepentingan, hukum interes, dan universal.

Foto jurnalistik sendiri terbagi menjadi beberapa kategori:

1. Foto Hard News, yaitu suatu jenis foto terkait dengan suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi saat itu juga, tanpa adanya suatu perencanaan terlebih dahulu. Jenis foto ini sifatnya harus segera dipublikasikan.
2. Foto Features, yakni foto kategori ini disebut juga sebagai foto softnews, karena tak terlalu terikat waktu dalam pemuatannya. Ini beda dengan foto hardnews yang harus disampaikan secepat mungkin.
3. Foto Portrait, foto yang menggambarkan tentang manusia. Foto portrait adalah satu-satunya foto yg tak bisa digantikan dengan katakata sebab menyangkut wajah manusia dan karakter manusia.
4. Foto Ilustrasi, yakni merupakan foto yg sengaja dibuat untuk melengkapi sebuah tulisan. (Alwi, 2004:25).

Sedangkan dalam pembagiannya menurut WPP (Word Press Photo), organisasi internasional penyelenggara lomba tahunan foto jurnalistik tingkat dunia yang bermarkas di Nederlan Belanda, foto jurnalistik terbagi menjadi beberapa kategori:

- a) aSpot News, foto-foto insidental/ tanpa perencanaan sebelumnya.
- b) General News, foto yang telah terjadwal sebelumnya.
- c) People in the News, adalah sebuah sajian foto tentang manusia (orang) yang menjadi sorotan di sebuah berita. Kecenderungan yang disajikan lebih keprofil atau sosok seseorang.
- d) Daily Life, tentang segala aktifitas manusia yang mampu menggugah perasaan dalam kesehariannya, lebih ke human interest.
- e) Sosial & Environment, foto yang menggambarkan tentang sosial kehidupan masyarakat dengan lingkungan hidupnya.
- f) Art and Culture, foto yang dibuat menyangkut seni dan budaya secara luas.
- g) Science & Technology, foto yang menyangkut perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan di muka bumi.
- h) Portraiture, foto yang menggambarkan sosok wajah seseorang baik secara close up maupu secama medium shot. Foto ditampilkan karena kekhasan pada wajah yang dimilikinya.
- i) Sport, foto yang dibuat dari peristiwa olahraga dari seluruh cabang olahraga apa saja. Baik olahraga tradisional maupun olahraga yang telah banyak dikenal oleh awam.

Kamera digital yang semakin murah, praktis, dan kaya akan fitur canggih,

yang begitu sangat menarik perhatian semua kalangan, mulai dari pelaku fotografi baru hingga pelaku fotografer profesional. Ditambah dengan beragamnya wadah media yang menyampaikan, mentimpan foto atau galeri gratis di internet yang dapat dimanfaatkan untuk memamerkan hasil karya foto, seperti di Facebook, twitter, Instagram yang membuat para pemotret menjadi bersemangat untuk mengabadikan kejadian atau *moment* dan memublikasikan setiap karya fotonya melalui media online tersebut.

Menurut Jhon Hedgecoe yang di kutip oleh Rita Gani dalam buku yang berjudul *Jurnalistik foto* dijelaskan bahwa Photos yang berarti cahaya dan graphein yang berarti gambar atau menggambar. Dengan demikian, secara harfiah, fotografi bermakna “menggambar dengan cahaya”(2013:7)

Fotografi secara singkat didefinisikan sebagai ilmu melukis dengan menggunakan cahaya. Fotografi konvensional menggunakan film atau melukis dengan cahaya pada permukaan film.

2.9 Tinjauan tentang Street Photography

street photography adalah pada manusia dan kemampuan makhluk itu bernegosiasi dan bergerak dalam ketegangan juga peradaban yang dibangunnya. Apalagi sekarang lebih dari separuh penduduk tinggal diperkotaan. Fotografer jalanan tidak tertarik pada keindahan alam, matahari tenggelam, bulan purnama jika itu tidak dimaknai dalam hubungannya dengan manusia di ruang publik, fotografi jalanan terpikat pada manusia dalam dinamika sekitarnya. Prasetya (2014:13).

Karya-karya ‘foto-jalanan’ atau ‘street photography’ merupakan tradisi pemotretan dengan objek-objek atau tema di jalanan sudah sejak lama dilakukan oleh master-master fotografi di Barat. (Soedjono, 2007: 145-146).

Street photography tidak selalu tentang jalanan tetapi lokasi pemotretannya yang kebanyakan dilakukan pada ruang publik (*public space*), walaupun masih tidak menutup kemungkinan pendekatan street fotografi dilakukan pada ruang pribadi (*private space*). Salah satu karakteristik *street photography* adalah hampir setiap fotonya yang diambil secara *candid, unstaged*. Jadi, dapat disimpulkan fotografi jalanan atau street photography adalah kegiatan memotret di jalanan dimana kota sebagai wadah untuk menyampaikan pesan dari fotografer dari poin of interest yang diinginkan.

Street Photography/foto jalanan adalah salah satu jenis dari foto dokumenter yang menampilkan subjeknya dari situasi candid di tempat publik seperti jalan, taman, pantai ataupun tempat lainnya. *Street photography* menggunakan sebuah teknik dari (*straight photography* atau *pure photography*) yang di dalamnya menunjukkan suatu visi atau tujuan yang murni dari suatu hal seperti cerminan dari kondisi masyarakat. Fotografi jalanan juga merupakan salah satu aliran dalam fotografi yang dalam pengambilan gambarnya lebih mengutamakan objek.

Fotografi jalanan lebih cenderung menjadi ironis dan menjadi terbatas atau berjarak dari masalah subjeknya itu sendiri, dan sering terpacu pada situasi tunggal manusia, menyangkut pada ketentuan situasi ketajaman. Foto-foto dalam *street photography* dapat mengambil lokasi dari berbagai ruang publik seperti jalanan, pasar, *mall*, terminal dll. Foto-foto yang diambil umumnya menggunakan teknik *straight photography*, dimana foto menggambarkan kondisi apa Untuk teknik *street photography* (fotografi jalanan) lebih mementingkan makna foto itu sendiri dan tidak memerlukan teknik yang khusus untuk menciptakan fotografi jalanan.

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konseptual pikir penulis sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pikir ini peneliti mencoba menjelaskan inti pokok peneliti mengenai makna Aktivitas

Jurnalisme Warganet Bagi Komunitas Netizen Photo PRFM (Jejaring Journalistik Warga Bandung).

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi sebagai panduan peneliti untuk lebih menggali secara mendalam bagaimana konstruksi sebuah makna. Teori adalah suatu pernyataan mengenai apa yang terjadi terhadap suatu fenomena yang ingin kita pahami. Teori yang berguna adalah teori yang memberikan pencerahan, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang ada di hadapan kita. Akan tetapi perlu dijelaskan sebagai suatu arahan atau pedoman penulis untuk dapat mengungkap fenomena agar lebih terfokus.

Adapun paradigma dan teori yang memberi arahan untuk dapat menjelaskan makna Aktivitas Jurnalisme Warganet Bagi Komunitas Netizen Photo PRFM (Jejaring Journalistik Warga Bandung) adalah sebagai berikut: fenomenologi dan konstruksi realitas sosial.

2.10.1 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*social construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia social bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009:111).

Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi*, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran

tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Sosial Construction of Reality*.

Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan (*habits*). Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini juga berguna untuk orang lain. Untuk melakukan hal tersebut, dan dalam konteks yang lebih spesifik, utamanya yang irisannya dengan sebuah kelompok. Setiap anggota kelompok secara individual harus membagi membagi akuntabilitas bersama untuk melakukan bagian pekerjaan kelompoknya.

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna Aktivitas Jurnalisme Warganet Bagi Komunitas Netizen Photo PRFM (Jejaring Jurnalistik Warga Bandung). Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang profesi photographer (subyektif) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna profesi photography yang mereka pahami (obyektif).

Melalui proses internalisasi atau sosialisasi inilah orang menjadi anggota masyarakat. dalam tradisi psikologi sosial, Berger dan Luckman sebagaimana dikutip oleh Margaret Poloma menguraikan: “Sosialisasi primer sebagai sosialisasi awal yang dialami individu di masa kecil, disaat mana dia diperkenalkan pada dunia sosial obyektif. Individu berhadapan dengan orang lain yang cukup berpengaruh (orangtua atau pengganti orangtua), dan

bertanggung jawab terhadap sosialisasi anak. Batasan realitas yang berasal dari orang lain yang cukup berpengaruh itu dianggap oleh si anak sebagai realitas obyektif.” Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas “subyektif” yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama – sama memahami realitas obyektif yang sama.

Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena – fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik – karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil eksternalisasi dan internalisasi dan objektivikasi manusia terhadap pengetahuan – dalam kehidupan sehari-hari- atau secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*.

Menurut Peter Berger dan Luckmann di sisi sebaliknya, masyarakat, yaitu individu – individu sebagai realitas subyektif menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi. Individu berupaya memahami definisi “realitas obyektif”; namun lebih dari itu, individu turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat. Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

2.10.2 Nilai

Pengertian nilai dapat kita temukan dalam salah satu cabang filsafat, yaitu aksiologi (filsafat nilai). Nilai dijadikan landasan, alasan, atau motivasi dalam bersikap dan bertindak laku, baik disadari maupun tidak. Nilai dapat juga diartikan sebagai sifat atau kualitas dari sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, baik lahir maupun batin.

Jadi nilai adalah sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi manusia sebagai acuan tingkah laku. Sesuatu dianggap bernilai apabila sesuatu itu memiliki sifat sebagai berikut.

- a. Menyenangkan (pleasant)
- b. Berguna (useful)
- c. Memuaskan (satisfying)
- d. Menguntungkan (profitable)
- e. Menarik (interesting)
- f. Keyakinan (belief) (Herimanto dan Winarno, 2011: 126-127)

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian nilai adalah sesuatu yang positif dan bermanfaat dalam kehidupan manusia, dan harus dimiliki setiap manusia untuk dipandang dalam kehidupan bermasyarakat. Nilai di sini dalam konteks etika (baik dan buruk), logika (benar dan salah), serta estetika (indah dan jelek).

2.10.3 Motif

Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertindak laku dikarenakan adanya kebutuhan – kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2007:73). Menurut Abin Syamsudin Makmun, motif ialah suatu keadaan yang kompleks (a complex state) dalam diri individu untuk bergerak (to move, motion, motive) ke arah tujuan tertentu, baik disadari maupun tidak disadari.

2.10.4 Pengalaman

Pengalaman adalah kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung dsb) baik yang sudah lama atau baru saja terjadi. Hal terpenting dari pengalaman adalah hikmah atau pelajaran yang bisa diambil. Menurut (John Dewey, 2002:147) “Pengalaman tidak menunjuk saja pada sesuatu yang sedang berlangsung di dalam kehidupan batin, atau sesuatu yang berada di balik dunia inderawi yang hanya dapat dicapai dengan akal budi atau intuisi”.

Pandangan Dewey mengenai pengalaman bersifat menyeluruh dan mencakup segala hal. Pengalaman menyangkut alam semesta batu, tumbuh-tumbuhan, binatang, penyakit, kesehatan, temperatur, listrik, kebaktian, respek, cinta, keindahan, misteri, singkatnya seluruh kekayaan pengalaman itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan pengalaman adalah sesuatu yang pernah kita alami. Pengalaman merupakan kejadian masa lalu yang kita lakoni. Mungkin pula kejadian itu merupakan sesuatu yang kita saksikan, kita

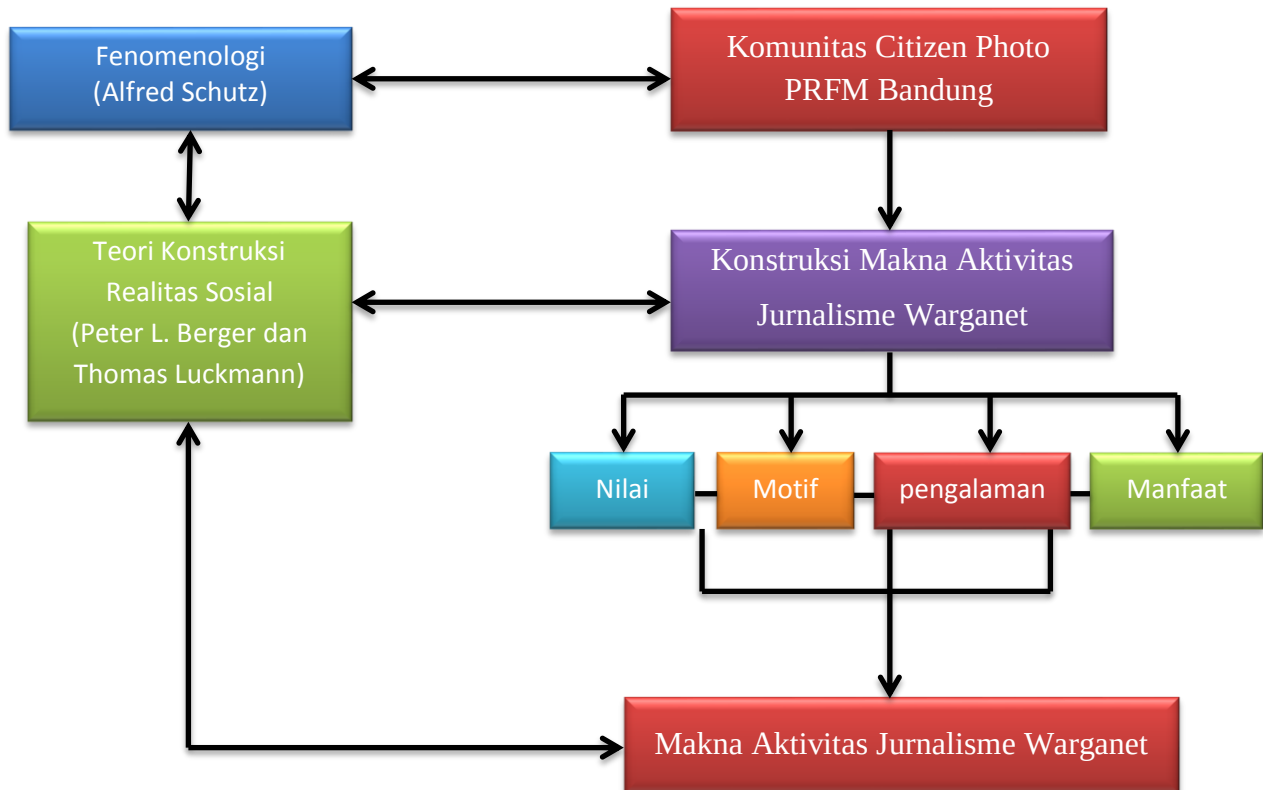
dengar, ataupun yang yang kita rasakan. Setiap orang tentunya memiliki banyak pengalaman.

2.10.5 Manfaat

Manfaat yakni suatu penghadapan yang semata-mata menunjukan kegiatan menerima. Penghadapan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan atau pemakaian yang hal-hal yang berguna baik di pergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat. Sedangkan menurut Prof. Dr. J.S. Badudu dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa : ”manfaat adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna”

Berdasarkan pemaparan di atas, fenomena ini dapat dijelaskan dengan perspektif teori konstruksi realitas secara sosial. Mengetahui dan mengerti bagaimana konstruksi makna Aktivitas Jurnalisme Warganet Bagi Komunitas Netizen Photo Prfm

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2019