

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1. Tinjauan Pustaka

1.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka ini, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan yang menjadi pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini hingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan sebuah gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai konsep makna dalam sebuah kegiatan *social traveling* yang dilakukan oleh Yayasan Pemuda Peduli Kota Bandung dalam membentuk karakter diri *volunteer*. Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang sama mengenai konsep makna, karakter diri dan kegiatan sosial.

Hal tersebut sangat penting dilakukan untuk mengetahui teori-teori dan indikator yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, sehingga menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagai penelitian terdahulu.

Tabel 2.1.

Penelitian Terdahulu yang Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Gede Adi Wiswa Mitra Artawan, Evie Ariadnes Shintadewi dan Heru Ryanto Budiana. Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1 No. 1 Agustus 2016.	Makna Kegiatan Unilever <i>Future Leaders League</i> bagi Para Peserta (Studi Fenomenologi tentang Makna Kegiatan Unilever <i>Future Leaders League</i> sebagai <i>Employer Branding</i> PT. Unilever Indonesia Tbk bagi Para Peserta)	Penelitian Kualitatif dengan Studi Fenomenologi	<ol style="list-style-type: none"> 1) Makna UFLL sebagai kompetisi, dimaknai oleh para peserta sebagai sarana transformasi diri, tempat pembentukan karakter dan langkah awal untuk bekerja di Unilever. 2) Makna UFLL sebagai peluang meneruskan karir di Unilever terbagi menjadi makna afirmatif, makna relatif dan makna negatif. 	Objek yang berbeda dan metode yang digunakan adalah fenomenologi dengan tujuan untuk mempelajari fenomena manusia yang tergabung menjadi peserta dari sebuah kompetisi bisnis yang diadakan oleh perusahaan Unilever.
2.	Rakanda Eka Prasetyo. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Universitas Islam Bandung. Skripsi Tahun 2019.	Makna Kegiatan Literasi Digital bagi Para Penggiat Literasi di Komunitas NXG Indonesia	Pendekatan Kualitatif dengan Studi Fenomenologi	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adanya motif masa lalu para penggiat literasi melakukan kegiatan literasi digital di pengaruhi oleh pengalaman, kepedulian serta pemanfaatan teknologi dan motif masa depannya dipengaruhi oleh kepedulian dan peluang usaha. 2) Pemaknaan literasi media para penggiat literasi mengenai pemantauan 	Objek dan metode, terutama fokus penelitian yang bukan hanya berfokus pada makna kegiatan saja tetapi ada motif dan tipologi pembagian karakter para penggiat literasi dalam menyalurkan kegiatan literasi digital mengenai pemantauan konten video game di Komunitas NXG Indonesia.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				<p>video game di Komuntias NXG yang membawa pengaruh positif dalam meningkatkan kepekaan dan kepedulian di masyarakat.</p> <p>3) Tipologi pengelompokan karakteristik para penggiat literasi yang terbagi menjadi dua kategori yaitu: edukasi dan kritik sosial.</p>	
3.	<p>Retno Ulinnuha, Tri Marhaeni Pudji Astuti dan Martitah. Program Pascasarjana, Program Studi Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Semarang. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, Vol. 5 No. 1 Juni 2016.</p>	<p>Makna Kegiatan Rehabilitasi Sosial bagi Remaja di Balai Rehabilitasi Sosial Anak Wira Adhi Karya Kabupaten Semarang</p>	<p>Pendekatan Kualitatif dengan Metode Fenomenologi</p>	<p>1) Interaksi sosial antar sesama remaja dan remaja dengan pegawai balai yaitu kerja sama, akomodasi dan kontravensi yang menunjukkan bentuk interaksi sosial yang <i>asosiatif</i> dan <i>disosiatif</i>. Sebagian remaja memaknai kegiatan rehabilitasi</p> <p>2) Perilaku sosial remaja sebagai <i>Me</i> dalam <i>out group</i>-nya cenderung menyesuaikan dengan tata tertib yang berlaku di balai dan perilaku sosial remaja</p>	<p>1) Tujuan yang berfokus untuk menganalisis interaksi dan perilaku sosial remaja dalam memaknai kegiatan rehabilitasi sosial.</p> <p>2) Menganalisis makna kegiatan rehabilitasi sosial bagi remaja penerima manfaat.</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				<p>sebagai <i>I</i> dalam <i>in group</i>-nya cenderung menyesuaikan dengan kebiasaan remaja yang sesuai dengan tata tertib dan menyimpang dari tata tertib balai.</p> <p>3) Sebagian remaja memaknai kegiatan rehabilitasi sosial sebagai pelatihan keterampilan saja dan sebagian lagi selain memaknai sebagai pelatihan keterampilan, mereka juga memaknainya sebagai wadah belajar berbagai hal dan melatih kedisiplinan hidup.</p>	

Sumber: Peneliti, 2020

1.1.2. Studi Literatur

1.1.2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang dimana seseorang melakukan interaksi dengan orang lain baik ini secara verbal maupun non-verbal. Sebuah proses komunikasi yang dilakukan seseorang pastinya

memiliki tujuan tertentu, baik untuk kelangsungan hidupnya pribadi maupun kelangsungan hidup bermasyarakat.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris ialah *communication* yang berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama (satu makna). Jadi, jika ada dua orang atau lebih yang melakukan atau terlibat dalam proses komunikasi, maka komunikasi akan terjadi dan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2005: 42).

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, yang mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling membagi informasi untuk mencapai tujuan bersama (Rismawaty dkk, 2014: 65).

Berbicara mengenai definisi komunikasi, jelas tidak ada definisi yang benar maupun yang salah, seperti juga pada model atau teori karena definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Harold D. Lasswell berpendapat tentang komunikasi sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar:

“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa (*Who? Says what? In which*

channel? To whom? With what effect?)” (Lasswell dalam Mulyana, 2005: 62-62).

Jadi bisa dikatakan bahwa dalam proses berkomunikasi itu bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya untuk mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Akan tetapi seorang komunikator dapat mengubah sikap perilaku dan pendapat orang lain apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yang berarti pesan yang disampaikan harus benar-benar dapat dimengerti dan dipahami oleh oleh komunikan. Adapun definisi komunikasi menurut Everett M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi:

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Rogers dan Kincaid dalam Cangara, 2014: 22).

Dari beberapa penjelasan diatas, menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses atau kegiatan pertukaran pesan yang terjadi antara komunikator dengan komunikan dengan harapan pesan yang disampaikan dapat diterima maksud dan tujuannya, sehingga terbentuk kesamaan makna dari pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi tidak hanya berlangsung satu arah saja melainkan dua arah, sehingga pesan yang disampaikan dapat memberikan sebuah timbal balik kepada komunikator dari komunikan.

Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa

tercapai. Adapun beberapa unsur penting yang menunjang jalannya proses komunikasi sebagai berikut:

a. Komunikator/Pengirim

Seseorang yang dengan inisiatifnya menyampaikan sebuah pesan atau melakukan aktivitas komunikasi.

b. Pesan/Informasi

Sebuah informasi baik verbal maupun non-verbal yang disampaikan dengan tujuan yang jelas dan dapat dipahami oleh komunikan.

c. Saluran/Media

Merupakan sebuah alat atau media yang biasa digunakan dalam berkomunikasi atau menyampaikan sebuah pesan kepada komunikan.

d. Komunikan/Penerima

Pihak yang menjadi sasaran atau penerima informasi/pesan yang disampaikan oleh komunikator.

e. Timbal Balik (*Feedback*)

Timbal balik yang dapat diartikan sebagai sebuah jawaban dari komunikan dari pesan yang telah disampaikan oleh komunikator.

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks tertentu. Secara luas, konteks komunikasi disini berarti semua faktor yang berada diluar orang-orang yang

berkomunikasi yang terdiri dari aspek fisik, aspek psikologis, aspek sosial dan aspek waktu. Indikator yang paling umum untuk mengklarifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi sehingga dikenal adanya komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi organisasi dan komunikasi massa (Mulyana, 2002: 69-70).

1.1.2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu. Diantara orang-orang ini saling terjadi pertukaran pesan. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi (Muhammad, 2001: 102). Komunikasi organisasi adalah suatu proses saling tukar pesan dalam suatu jaringan hubungan dan diberi batasan sebagai arus pesan dan bersifat saling bergantung satu sama lain dalam mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah (Goldhaber dalam Romli, 2014: 13).

Komunikasi dapat juga terjadi di dalam organisasi, dalam kenyataan walaupun alat dan cara komunikasi dan teknologi informasi telah mengalami kemajuan pesat, tetapi komunikasi antar orang-orang di dalam sebuah organisasi tetap diperlukan serta memiliki peran penting dalam upaya organisasi mencapai tujuan. Peranan individu dalam sebuah sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan

individu lainnya dalam organisasi dan hubungan ini ditentukan oleh pola interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi baik itu formal maupun informal. Maka komunikasi sangatlah penting bagi setiap orang, karena orang-orang pernah menghadapi situasi dengan komunikasi sebagai masalah pokok. Dalam sebuah organisasi menggunakan komunikasi formal yang dibedakan menjadi beberapa bagian, sebagai berikut:

a. Komunikasi Ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi yang terjadi dari tingkat yang tinggi (atasan) ke tingkat yang dibawahnya dalam suatu organisasi. Komunikasi ini berfungsi sebagai pengarahan, perintah, indoktrinasi, inspirasi dan evaluasi.

b. Komunikasi Ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi dari tingkat yang rendah ke tingkat yang lebih tinggi dalam suatu organisasi atau komunikasi bawahan kepada atasan, bentuk komunikasi termasuk kotak saran, pertemuan kelompok dan prosedur mengemukakan keluhan-keluhan dari karyawan kepada atasan dengan tujuan memberikan sebuah timbal balik. Efek komunikasi ini sebagai penyempurnaan moral dan sikap karyawan.

c. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Komunikasi antar fungsi dalam suatu organisasi yang dilakukan oleh anggota pada tingkatan yang sama dan biasanya terjadi ketika mengkoordinasikan penugasan kerja, pemecahan masalah dan saling memberikan informasi.

d. Komunikasi Lintas Saluran (*Diagonal Communication*)

Komunikasi yang memotong antar fungsi dan tingkat dalam suatu organisasi atau memotong jalur vertikal dan horizontal. Biasanya dilakukan bila anggota tidak dapat berkomunikasi melalui bentuk saluran komunikasi atas-bawah, bawah-atas dan horizontal.

(Mulyana, 2013: 184-199)

Dengan penjelasan di atas, memungkinkan untuk memahami lebih baik mengenai komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi dan cara dalam mengatasi hambatan komunikasi yang terjadi. Selain itu, arah komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dalam rangka mengubah sikap atau perilaku anggota di dalam suatu organisasi demi tercapainya tujuan organisasi secara optimal, serta cara dalam mengkomunikasikan tujuan organisasi kepada anggotanya. Dengan demikian komunikasi dalam organisasi menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi kedepannya.

Sesuai dengan uraian diatas, komunikasi organisasi sangat berkaitan dengan penelitian ini yang mana objek penelitiannya ialah Yayasan Pemuda Peduli yang setiap komunikasinya dalam bentuk komunikasi organisasi. Sebelum melakukan kegiatan *social traveling*, para *volunteer* yang menjadi mentor tersebut diberikan arahan dan pelatihan terlebih dahulu oleh anggota yayasan mengenai konten yang akan diberikan dan sistem seperti apa yang digunakan saat penyampaian materinya agar lebih efektif dan mudah dipahami.

1.1.2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Kelompok merupakan sekumpulan orang yang bergerak dan mempunyai tujuan bersama. Dalam sebuah kelompok pasti terjadi proses komunikasi di dalamnya seperti memecahkan suatu masalah atau mengambil suatu keputusan secara bersama untuk tujuan kelompok kedepannya.

Komunikasi kelompok merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok tersebut. Menurut Michael Burgon dan Michael Ruffner sebagaimana yang telah dikutip oleh Sasa Djuarsa Sendjaja, komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga individu atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat (Burgon dan Ruffner dalam Sendjaja, 2008: 33).

Terdapat empat elemen yang tercakup dalam definisi komunikasi kelompok di atas, yaitu:

a. Interaksi tatap muka

Setiap anggota dalam kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya secara langsung serta mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya.

b. Jumlah partisipan

Dalam komunikasi kelompok berkisar 3 sampai 20 orang dan jika jumlah partisipan melebihi 20 orang, ada kemungkinan interaksi yang dilakukan kurang mampu melihat dan mendengar anggota lainnya. Karenanya, komunikasi kelompok dibedakan menjadi dua yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar.

c. Maksud atau tujuan

Maksud dan tujuan tersebut biasanya sudah disepakati bersama dan dapat memberikan beberapa tipe identitas kelompok. Seperti halnya jika tujuan dari kelompok hanya untuk berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan dimaksudkan untuk menanamkan pengetahuan. Berbeda dengan kelompok yang ditujukan untuk pemeliharaan diri, biasanya memusatkan perhatian pada anggota kelompok atau struktur dari kelompok itu sendiri.

d. Kemampuan anggota kelompok

Kemampuan anggota yang dimaksudkan untuk menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya secara akurat. Hal ini mengandung arti bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan dengan sesama anggota dan maksud/tujuan kelompok telah terdefiniskan dengan jelas.

(Sendjaja, 2005: 33-34)

Dalam komunikasi kelompok, ada yang melibatkan sedikit orang ataupun banyak orang. Maka, apabila jumlah orang yang ada dalam

kelompok itu sedikit yang berarti itu kelompok kecil (*small group communication*) dan jika orang yang ada dalam kelompok banyak yang berarti itu kelompok besar (*large group communication*).

a. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok yang dalam situasi terdapat kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal atau yang mana komunikator dapat melakukan komunikasi antar pribadi dengan salah seorang anggota kelompok tersebut. Komunikasi kelompok biasanya bersifat lebih rasional dan diantara anggotanya dapat saling menjaga perasaan masing-masing dan norma-norma yang ada dalam kelompok. Ketika menerima suatu pesan dari komunikator, komunikasi menanggapi dengan lebih banyak menggunakan pikiran daripada perasaan.

b. Komunikasi kelompok besar

Memiliki anggota yang lebih banyak dan komunikasi antar pribadi jauh lebih sulit untuk dilakukan. Umpan baliknya juga biasa bersifat emosional yang dimana komunikasi menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih menggunakan emosi perasaannya.

(Effendy, 2004: 8-9)

Pada konteks penelitian ini, komunikasi kelompok berhubungan pada saat kegiatan *social traveling* dilapangan. Konteks komunikasi kelompok memang dibutuhkan mengingat bahwa pada saat kegiatan dilakukan, para mentor pada saat penyampaian materinya memakai konsep

sharing atau diskusi yang setiap konten berbeda akan dipisah-pisahkan menjadi beberapa kelompok agar materi yang disampaikan oleh mentor dapat dipahami.

1.1.2.4. Tinjauan Tentang Makna

Makna (*meaning*) merupakan kata atau istilah yang membingungkan. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah sebab dan mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik. Istilah makna walaupun membingungkan, sebenarnya lebih dekat dengan sebuah kata atau kalimat.

Hornby menjelaskan bahwa makna merupakan suatu hal yang dapat kita artikan atau dimaksudkan oleh kita (Hornby dalam Sudaryat, 2009: 13). Sedangkan menurut Aubrey Fisher sebagaimana yang dikutip oleh Sobur, makna merupakan sebuah konsep yang abstrak dan telah menarik perhatian para ahli filsafat dan teoritis ilmu sosial selama 2000 tahun silam (Fisher dalam Sobur, 2015: 19). Makna adalah istilah yang memiliki banyak arti dan juga merupakan suatu hal yang ditafsirkan oleh seseorang dalam suatu pesan.

Menurut Mansoer Pateda makna dapat dibicarakan dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan analitik atau referensial dan pendekatan operasional. Dalam pendekatan analitik mencari makna dengan cara menguraikannya atas segmen-segmen utama, sedangkan pendekatan operasional ingin mempelajari kata dalam penggunaannya dan lebih

menekankan pada kata yang dioperasikan dalam tindakan sehari-hari (Pateda, 2010: 86).

Adapun aspek-aspek makna dalam semantik di kategorikan menjadi empat hal sebagaimana dikemukakan oleh Mansoer Pateda, sebagai berikut:

a. Aspek pengertian (*sense*)

Pengertian disini dimaksudkan sebagai ide atau pesan yang dimaksudkan. Pengertian ini dapat dicapai apabila komunikator dengan lawan bicaranya mempunyai kesamaan bahasa yang digunakan dan disepakati bersama sehingga apa yang disampaikan mudah untuk dipahami.

b. Aspek nilai rasa atau perasaan (*feeling*)

Aspek ini berhubungan dengan sikap komunikator dengan situasi dan hal yang dibicarakan. Dengan kata lain ini berkaitan dengan makna kata yang berhubungan dengan dorongan maupun penilaian.

c. Aspek makna nada (*tone*)

Aspek ini berhubungan dengan aspek nilai rasa yang dimana hubungan antar komunikator dengan komunikan akan menentukan sikap yang tercermin dalam kata-kata yang digunakan dalam proses komunikasi.

d. Aspek maksud (*intention*)

Merupakan maksud atau tujuan yang didasari maupun tidak didasari. Dalam aspek ini, ungkapan yang dimaksudkan memiliki

tujuan tertentu seperti pernyataan yang bersifat deklaratif, persuasif, imperatif, naratif, dan pendidikan (Pateda, 1990: 50-53).

1.1.2.5. Tinjauan Tentang Karakter Diri

Karakter merupakan sebuah cerminan diri seseorang dalam bertingkah laku yang menjadi kebiasaan dalam kesehariannya. Pembentukan karakter juga tergantung dalam lingkungan keseharian orang tersebut. Seseorang dapat dikatakan memiliki karakter yang baik jika ia telah berhasil menyerap dan memahami nilai positif hingga menjadikannya sebagai keyakinan dan kekuatan dalam kehidupannya.

Simon Philips berpendapat bahwa karakter adalah sekumpulan tata nilai yang tertuju pada suatu sistem yang melandasi pemikiran, sikap dan perilaku yang ditampilkan (Philips dalam Mu'in, 2011: 160). Jadi, bisa dikatakan bahwa karakter merupakan sebuah nilai-nilai *universal* perilaku manusia yang meliputi aktivitas kehidupan manusia yang berupa sikap, pikiran, perasaan, perkataan dan perbuatan manusia.

Dalam hal ini, seseorang harus memiliki kesadaran terhadap dirinya sendiri dengan mencoba memahami keadaan internal dirinya. Prosesnya berupa semacam refleksi di mana seseorang secara sadar memikirkan hal-hal yang ia alami berikut emosi-emosi mengenai pengalaman tersebut (Solihat dkk, 2015: 74).

Istilah karakter dianggap sama dengan kepribadian atau konsep diri, kepribadian dianggap sebagai ciri khas atau karakteristik atau gaya dari seseorang yang bersumber dari bentukan yang diterimanya dari lingkungan tersebut (Kusuma, 2007: 80). Karakter merupakan sifat khas yang ada pada diri seseorang yang terwujud dari nilai-nilai moral yang terbentuk menjadi kekhasan orang tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa karakter diri ialah suatu konsep atau kepribadian diri seseorang yang sudah tertanam dan menjadi sebuah kebiasaan yang dilakukannya dalam keseharian.

1.2. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui makna kegiatan *social traveling* oleh Yayasan Pemuda Peduli Kota Bandung dalam membentuk karakter diri di kalangan *volunteer* yang mengikuti kegiatan. Sebagaimana uraian sebelumnya, makna merupakan sebuah konsep yang abstrak tetapi menjadi satu hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya sebuah informasi yang jika ditafsirkan seseorang memiliki makna yang ditujukan. Setiap aktivitas manusia sekecil apapun dalam kehidupannya pasti mengandung sebuah makna baik bagi dirinya ataupun orang lain.

Maka dari itu Yayasan Pemuda Peduli Kota Bandung menjalankan sebuah kegiatan sosial yang ditujukan untuk membantu suatu wilayah yang membutuhkan bantuan. Dengan adanya kegiatan sosial berkonsep *traveling* ini, diharapkan dapat membantu daerah yang mereka kunjungi tersebut dan juga bisa memberikan kesan makna kepada para *volunteer* yang mengikuti kegiatan ini.

Setelah ditinjau, Hornby berpendapat bahwa makna merupakan suatu hal yang dapat kita artikan atau dimaksudkan oleh kita (Hornby dalam Sudaryat, 2009: 13). Selain itu dalam konsep makna ada empat aspek yang harus diperhatikan sebagaimana yang dikemukakan oleh Mansoer Pateda (Pateda, 1990: 50-53). Adapun keempat aspek tersebut menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini:

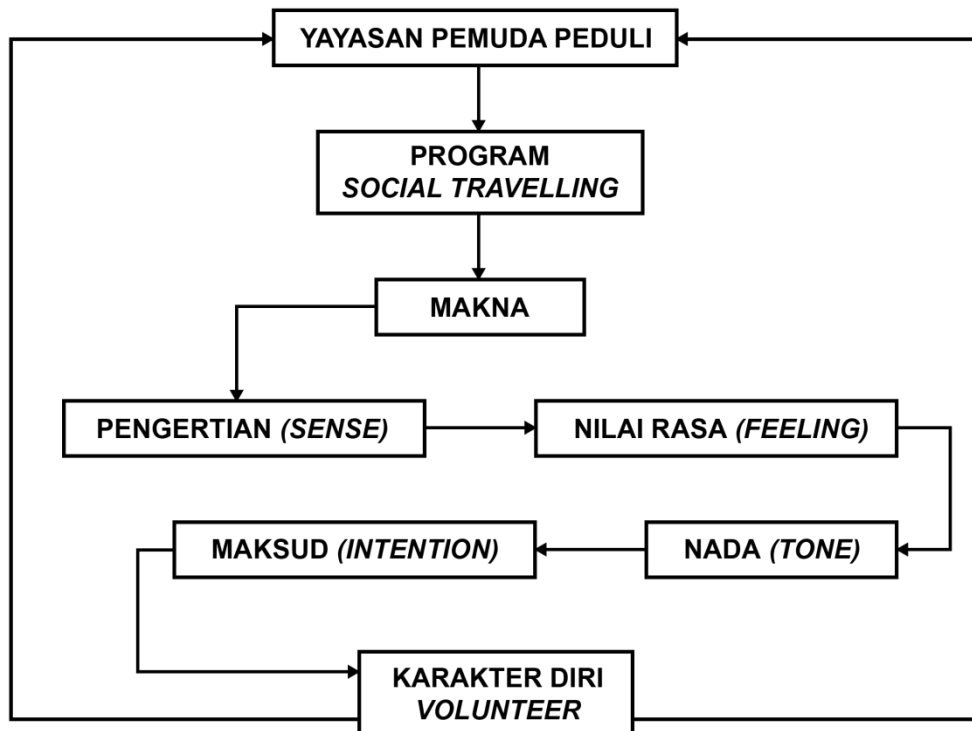
- a. Pertama, aspek pengertian (*sense*) yang dimana aspek ini dimaksudkan sebagai ide atau pesan yang dimaksudkan yang mana dapat dicapai apabila komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan bahasa yang digunakan dan disepakati bersama sehingga apa yang di sampaikan mudah untuk di pahami. Pada saat kegiatan berlangsung, agar pesan/informasi yang disampaikan mentor dapat dimengerti oleh masyarakat, maka bahasa yang dipergunakan bukan bahasa yang rumit dan jangan terlalu bertele-tele sehingga pesannya tersampaikan dengan baik.
- b. Kedua, aspek nilai rasa atau perasaan (*feeling*). Aspek ini berhubungan dengan sikap komunikator dengan situasi dan hal yang dibicarakan. Dengan kata lain ini berkaitan dengan makna kata yang berhubungan dengan dorongan maupun penilaian. Mentor diharuskan dapat memberikan sebuah situasi yang nyaman kepada partisipan. Sikap dan perilaku saat menyampaikan materi harus dengan perasaan baik dan memberikan sebuah dorongan kepada para partisipan agar lebih bersemangat dan tidak bosan. Sikap atau perilaku yang ditimbulkan ini dapat mencerminkan suatu

perasaan yang sedang di alami mentor sehingga menciptakan situasi yang sesuai dengan perasaannya.

- c. Aspek makna nada (*tone*) atau intonasi, aspek ini berhubungan dengan aspek nilai rasa yang dimana hubungan antar komunikator dengan komunikan akan menentukan sikap yang tercermin dalam kata-kata yang digunakan dalam proses komunikasi. Ketika mentor memberikan sebuah materi dalam keadaan baik maka intonasi kata atau kalimat dalam penyampaian akan lebih jelas dan mudah untuk dimengerti oleh partisipan yang ada. Dalam aspek ini, intonasi pengucapan kata perkalamatnya menjadi unsur yang penting.
- d. Terakhir, aspek maksud (*intention*) atau tujuan, merupakan aspek yang bisa didasari maupun tidak didasari. Dalam aspek ini, ungkapan yang dimaksudkan memiliki tujuan tertentu seperti pernyataan yang bersifat deklaratif, persuasif, imperatif, naratif, dan pendidikan. Saat kegiatan *social traveling*, mentor harus jelas saat menyampaikan materinya agar maksud yang tuju dan ingin disampaikan dapat dipahami dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengaplikasikan konsep makna dengan memperhatikan keempat aspek di atas dengan mengkaji makna kegiatan *social traveling* sehingga dapat membentuk karakter diri *volunteer*. Berikut ini merupakan gambaran alur pikir penelitian mengenai makna dari kegiatan *social traveling* oleh Yayasan Pemuda Peduli Kota Bandung dalam membentuk karakter diri *volunteer*, yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2020