

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang relevan mengenai penelitian ini, serta study literature, dokumen atau arsip yang mendukung, yang telah dilakukan sebagai pedoman pelaksanaan dalam penelitian.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini akan menjelaskan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan makna pesan dari suatu budaya. Dalam hal ini penulis mendapatkan beberapa penelitian yang kiranya relevan dengan masalah penelitian, yakni :

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama	Derri Faturachman (SKRIPSI)	Andhika Anugrah Utama (SKRIPSI)	Anggi Agni Zaus (JURNAL)
Tahun	2016	2014	2015
Perguruan Tinggi	UNIKOM	UNIKOM	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Judul	Makna Komunikasi Nonverbal Dalam Seni Tari Piring (Studi Deskriptif Mengenai Makna Komunikasi Nonverbal Dalam Seni	Makna Komunikasi Nonverbal Dalam Upacara Adat Penyucian Pusaka Nyangku Di Desa Panjalu (Studi Deskriptif Makna Komunikasi Nonverbal Dalam Upacara Penyucian Pusaka	Komunikasi Nonverbal Dalam Gerak Tari Hip Hop.

	Tari Piring Di Sanggar Syofyani Kota Padang Sumatera Barat).	Nyangku Di Desa Panjalu Kabupaten Ciamis Jawa Barat)	
Metode	Kualitatif Studi Deskriptif	Kualitatif Studi Deskriptif	Kualitatif Studi Deskriptif
Hasil	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa makna komunikasi nonverbal pada kesenian tari piring antara lain terdapat pada gerakan dari penari piring yang bermakna untuk ingin menyampaikan sikap-sikap kegotong royongan dalam bercocok tanam. Busana yang digunakan memiliki makna nonverbal dari warna yang digunakan yang berarti kekuatan, kesucian, kemurnian dan keberanian. Ekspresi	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal pada upacara adat penyucian pusaka nyangku Di desa Panjalu yang bermakna untuk mengenang jasa dari Sanghyang Prabu Borongsora dan membersihkan hati para masyarakat Panjalu. Busana yang digunakan memiliki makna nonverbal tentang berkembangnya islam, dan kerajaan yang ada dipanjalu, serta menunjukkan suku sundanya. Gerakan postur tubuh yang tegap dan pandangan lurus kedepan dimaksudkan untuk memberikan kesan khidmat dan religius saat upacara berlangsung. Sentuhan	Hasil penelitian menunjukan bahwa tarian hip hop memiliki makna komunikasi non verbal berupa makna gerakan tari hip hop, ekspresi tari hip hop, busana tari hip hop, dan juga tidak terkecuali musik dari tari hip hop. hip hop ditampilkan sebagai seni pertunjukan hiburan untuk penonton bagi semua umur tidak hanya anak muda. Tarian yang ditampilkan dengan

	wajah serius sesekali tersenyum. Tidak ada waktu serta ruang khusus untuk tari piring. Terdapat 3 alat musik, gendang, talempong, dan tiupan saluang.	dimaksudkan dalam menjaga pusaka dengan hati-hati dan penuh khidmat. Bau-bauan seperti kemenyan dan bau asap. Ruang yang digunakan ada 3 tempat utama Bumi Alit, Nusa Larang dan Nusa Geda. Adanya waktu khusus yaitu satu tahun pada hari senin diminggu terakhir bulan Maulud.	nuansa anak muda berupa kebahagiaan dan kebebasan berekspresi. Komunikasi non verbal dalam tarian ini yang isi pesannya ingin menyampaikan keberadaan mereka melalui sebuah konsep tari hip hop.
Perbedaan dengan Skripsi ini	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti Kesenian Tari Piring dan penelitian yang hendak diteliti akan meneliti Upacara Adat Mangongkal Holi.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti Upacara Nyangku dan penelitian yang hendak diteliti akan meneliti Upacara Adat Mangongkal Holi.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti Gerak Tari Hip-Hop dan penelitian yang hendak diteliti akan meneliti Upacara Adat Mangongkal Holi.

Sumber : Data Peneliti, 2020

2.1.2 Tinjauan Tentang Makna

Upaya memahami makna, sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik perhatian disiplin komunikasi, psikologi, sosiologi, antropologi, dan linguistik. Begitu banyaknya orang mengulas makna.

2.1.2.1 Definisi Makna

Para ahli mengakui istilah makna (meaning) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan.

Menurut James P. Spradley (1997: 121) bahwa: “Semua Makna budaya diciptakan dengan menggunakan simbol-simbol.” (Sobur, 2006: 177).

Selaras dengan penjelasan di atas, menurut Clifford Geertz (1922: 51) bahwa “Makna hanya dapat ‘disimpan’ di dalam simbol.” (Sobur, 2016: 177)

Banyaknya orang mengulas makna, kata Rakhmat (1994: 42), sehingga makna hampir kehilangan maknanya. “Banyak di antara penjelasan tentang makna terlalu kabur dan spekulatif,” kata Katz (1973: 42). Penelitian yang dilakukan terhadap kondisi lahiriah komunikasi dan hasil usaha para ahli teknik sistem ini, tetapi hanya sampai pada ukuran yang sangat terbatas. (Sobur, 2016: 255).

Menurut Muhadjir, tampaknya perlu terlebih dahulu membedakan pemaknaan lebih tajam tentang istilah-istilah yang nyaris berimpit antara apa yang disebut (1) terjemahan atau translation, (2) tafsir atau intepretasi, (3) ekstrapolasi, dan (4) makna atau meaning. Lebih jelas di uraikan seperti di berikut ini:

“Membuat terjemahan adalah upaya mengemukakan materi atau substansi yang sama dengan media yang berbeda, media tersebut mungkin berupa bahasa satu ke bahasa lain, dari verbal ke gambar, dan sebagainya. Pada penafsiran, kita tetap berpegang pada materi yang ada, dicari latar

belakangnya, konteksnya, agar dapat dikemukakan konsep atau gagasannya lebih jelas. Ekstrapolasi lebih menekankan pada kemampuan daya pikir manusia untuk menangkap hal di balik yang tersajikan. Materi yang tersajikan dilihat tidak lebih dari tanda-tanda atau indikator pada sesuatu yang lebih jauh lagi. Memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia: indrawinya, daya pikirnya, dan akal budinya. Materi yang disajikan bagi ekstrapolasi terbatas dalam arti empirik logik, sedangkan pada pemaknaan dapat pula menjangkau etik ataupun yang transedental” (Sobur, 2016: 256).

2.1.2.2 Teori-Teori Makna

Ada beberapa pandangan yang menjelaskan ihwal teori atau konsep makna.

Model proses makna Wendell Johnson (1951, dalam DeVito, 1997: 123-125) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antarmanusia.

- a. *Makna adalah dalam diri manusia.* Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk memproduksi, dibenak pendengaran, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses persial dan selalu bisa salah.
- b. *Makna berubah,* kata-kata relative statis. Banyak dari kata-kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah, dan ini khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
- c. *Makna membutuhkan acuan,* Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
- d. *Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna.* Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah

masalah komunikasi yang timbul akibat peningkatan berlebihan tanpa mengaitkan dengan acuan yang konkret dan dapat diamati.

- e. *Makna tidak terbatas jumlahnya.* Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna. ini bisa menimbulkan masalah bila sebuah kata diartikan secara berbeda oleh dua orang yang sedang berkomunikasi.
- f. *Makna dikomunikasikan hanya sebagian.* Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan (Sobur, 2016: 258-259).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dalam kehidupan bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Maka dari itu, komunikasi memiliki pengertian bahwa salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan

sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak jaman Adam dan Hawa (Cangara, 2016: 1-4).

2.1.3.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Secara etimologis, Komunikasi terjemahan dari Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa Latin *Communis* yang artinya sama. Mengadakan komunikasi artinya mengadakan “kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) sama-sama atau sesuai (*turned*) untuk suatu pesan.

Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada “suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan”. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain mengerti bahasanya belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. “Percakapan orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila keduanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakap” (Effendy, 2006:9).

Berikut ini adalah beberapa definisi tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

1. Hoveland (1948:371)

“Komunikasi adalah proses dimana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain”. (Wiryanto, 2008:6).

Definisi ini memberikan penekanan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk mengubah perilaku.

2. Bernard Berelson & Gary A. Steiner (1964:527)

“Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, symbol, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan symbol-simbol, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi”. (Wiryanto, 2008:7)

Definisi ini menekankan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian dari penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan lain-lain.

3. Shannon and Weaver (1949)

“komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi”. (Wiryanto:2004).

Definisi ini menekankan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian dari sengaja atau tidak sengaja dalam bentuk verbal ataupun nonverbal.

4. Raymond S. Ross (1983:8)

“komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan symbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau proses dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator”. (Wiryanto, 2008:6).

Definisi ini memberikan penekanan bahwa komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirmkan pesan yang berupa symbol-simbol. Masing-masing definisi diatas memberikan penekanan arti, ruang lingkup, dan konteks yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa, Ilmu Komunikasi sebagai bagian dan Ilmu Sosial adalah suatu ilmu yang bersifa multi-disipliner.

Berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi diatas dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut:

- a. Komunikasi adalah suatu proses
- b. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan
- c. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat
- d. Komunikasi bersifat simbolis
- e. Komunikasi bersifat transaksional
- f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi tujuan komunikasi terbagi kedalam empat kategori yaitu :

1. *Social Change/ Social Participation*

Perubahan social dan partisipasi social. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarkat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

2. *Attitude Change*

Perubahan sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuann supaya masyarakat akan berubah sikapnya.

3. *Opinion Change*

Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

4. *Behavior Change*

Perubahan perilaku. Kegiatan memberikan berbagai informansi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.

2.1.3.2 Fungsi Ilmu Komunikasi

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi, yaitu :

1. Fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan.
2. Fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum.

1. Untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan Fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi

2. Untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi, fungsi komunikasi adalah :

1. *Public Information*

Memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.

2. *Public Education*

Mendidik masyarakat. Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya.

3. *Public Persuasion*

Mempengaruhi masyarakat. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut kearah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan.

4. *Public Entertainment*

Menghibur masyarakat. Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

Sedangkan berdasarkan kerangka yang dikemukakan oleh William I. Gordon ada empat fungsi komunikasi lain yang berbeda, yakni :

1. Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi social setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk berlangsung hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan, dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi social adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendiri maupun secara berkelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, lamaran, sungkeman, ijab qabul, perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasive). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui. (Mulyana, 2005:5-30).

2.1.3.3 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa social, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi. Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan. Selain istilah konteks (*context*) yang lazim, juga digunakan istilah tingkat (*level*), bentuk (*type*), situasi (*situation*), keadaan (*setting*), arena, jenis (*kind*), cara (*mode*), pertemuan (*encounter*), dan kategori. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari konteks fisik, konteks social, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks cultural. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka, komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi

antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi public, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. (Mulyana, 2013: 77).

2.1.3.4 Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi merupakan persyaratan terjadinya komunikasi (Effendy, 2004:6). Menurut Onong Effendy dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, unsur-unsur komunikasi adalah :

1. Komunikator (sumber) yaitu orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan yaitu orang yang menerima pesan.
4. Media atau saluran yaitu sasaran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek yaitu dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2004:6).

Dalam komunikasi kelima unsur tersebut tidak lepas dari komunikasi karena unsur – unsur tersebut merupakan penunjang berjalannya suatu komunikasi. Tanpa adanya unsur – unsur tersebut maka komunikasi tidak dapat terjadi.

Untuk itu, **Lasswell** memberikan paradigma bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

a. Komunikator.

Komunikator atau orang yang menyampaikan pesan harus berusaha merumuskan isi pesan yang akan disampaikan. Sikap dari komunikator harus empati, jelas. Kejelasan kalimat dan kemudahan bahasa akan sangat mempengaruhi penerimaan pesan oleh komunikan.

b. Pesan

Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang. Lambang bahasa dinyatakan baik lisan maupun tulisan. Lambang suara berkaitan dengan intonasi suara. Lambang gerak adalah ekspresi wajah dan gerakan tubuh, sedangkan lambang warna berkaitan dengan pesan yang disampaikan melalui warna tertentu yang mempunyai makna, yang sudah diketahui secara umum, misalnya merah, kuning, dan hijau pada lampu lalu lintas.

c. Komunikan

Komunikan adalah penerima pesan. Seorang penerima pesan harus tanggap atau peka dengan pesan yang diterimanya dan harus dapat menafsirkan pesan yang diterimanya. Satu hal penting yang harus diperhatikan adalah persepsi komunikan terhadap pesan harus sama dengan persepsi komunikator yang menyampaikan pesan.

d. Media

Media adalah sarana atau saluran dari komunikasi. Bisa berupa media cetak, audio, visual dan audio-visual. Gangguan atau kerusakan pada media akan mempengaruhi penerimaan pesan dari komunikan.

e. 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. Seperti yang dijelaskan Cangara, masih dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi”, 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).

Oleh sebab itu, Cangara mengatakan, “Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan” (Cangara, 2004:25).

2.1.3.5 Sifat Komunikasi

Sebagai pakar menguraikan sifat komunikasi ada berbagai macam diantaranya adalah:

a. Tatap muka (*face to face*)

Komunikasi yang dilakukan di mana komunikator berhadapan langsung dengan komunikannya memungkinkan respon yang langsung dari keduanya. Seorang komunikator harus mampu menguasai situasi dan mampu menyandi pesan yang disampaikan sehingga komunikan mampu menangkap dan memahami pesan yang disampaikan.

Diantara konteks komunikasi tatap muka adalah:

1. Komunikasi interpersonal

Yakni kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. misalnya, percakapan tatap muka, korespondensi percakapan melalui telepon, dan sebagainya.

2. Komunikasi kelompok

Kegiatan komunikasi yang berlangsung di antara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut

kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi. Misalnya, ngobrol-ngobrol anatar ayah, ibu, dan anak dalam keluarga, diskusi guru dan murid di kelas tentang topic bahasan, dan sebagainya.

3. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya dengan komunikasi kelompok adalah sifat dari komunikasi organisasi lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatan komunikasinya.

b. Bermedia (*mediated*)

Seorang komunikator melakukan komunikasi melalui media cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang komunikator untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan. Konteks komunikasi bermedia ini adalah:

1. Komunikasi massa (*Mass Communication*)

Komunikasi yang dilakukan seorang komunikator melalui media massa, baik cetak maupun elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang heterogen, anonim, dan di banyak tempat

2. Komunikasi Media (*Media Communication*)

Yaitu komunikasi dengan menggunakan surat, telepon, pamphlet dan poster.

c. Verbal (*Verbal*)

Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal

d. Nonverbal (*non-verbal*).

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

2.1.3.6 Hambatan Komunikasi

1. Hambatan Sosio-antro-psikologis

a. Hambatan Sosiologis

Masyarakat terdiri dari berbagai golongan dan lapisan, yang menimbulkan perbedaan dalam status social, agama, ideology, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan, dan sebagainya, yang kesemuanya dapat menajdi hambatan bagi kelancaran komunikasi. (Effendy, 1993:12)

b. Hambatan Anropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksudkan dengan “siapa” disini bukan nama yang

disandang, melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa. Dengan mengenal dirinya, akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidup dan norma kehidupannya, kebiasaan dan bahasanya. (Effendy, 1993:12)

c. Hambatan psikologis

Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, dan kondisi psikologis lainnya; jug a jika komunikasi menaruh prasangka (*prejudice*) kepada komunikator. (Effendy, 1993:12-13).

Berkenaan dengan factor-faktor penghambat komunikasi yang bersifat sosiologis-antropologis-psikologis itu, yang menjadi permasalahan ialah bagaimana upacaya kita mengatasinya. (Effendy, 1993:13).

2. Hambatan Semantis

Kalau hambatan sosiologis-antopologis-psikologis terdapat pada pihak komunikan, maka hambatan semantic terdapat pada diri komunikator. (Effendy, 1993:14). Jadi, untuk menghilangkan hambatan semantic dalam komunikasi, seseorang komunikator harus mengucapkan pernyataannya dengan jelas dan tegas, memilih kata-kata yang tidak menimbulkan persepsi yang salah, dan disusun dalam kalimat-kalimat yang logis. (Effendy, 1993:15).

3. Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh alami dalam kehidupan sehari-

hari; suara telpon krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat, suara yang hilang-muncul pada pesawat radio, berita surat kabar yang sulit dicari sambungan kolomnya, gambar yang meliuk-liuk pada pesawat televisi, dan lain-lain. (Effendy, 1993:15).

Yang penting diperhatikan dalam komunikasi ialah – seperti telah disinggung dimuka – sebelum pesan komunikasi dapat diterima secara rohani (*accepted*), terlebih dahulu harus dipastikan dapat diterima secara inderawi (*received*), dalam arti kata bebas dari hambatan mekanis. (Effendy, 1993:15).

4. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. (Effendy, 1993:16).

Contoh hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu – lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang lewat, dan lain-lain pada saat komunikator sedang berpidato. (Effendy, 1993:16).

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (dalam Mulyana), komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan dari individu dan penggunaan lingkungan individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau

penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang sengaja juga yang tidak sengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita banyak mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. (Mulyana, 2007 : 343).

Menurut Ray L. Birdwhistell, 65% dari komunikasi tatap-muka adalah nonverbal, sementara menurut Albert Mehrabian, 93% dari semua makna social dalam komunikasi tatap-muka diperoleh dari isyarat-isyarat nonverbal. Dalam pandangan Birdwhistell, kita sebenarnya mampu mengucapkan ribuan suara vocal, dan wajah kita dapat menciptakan 250.000 ekspresi yang berbeda. Secara keseluruhan, seperti dikemukakan para pakar, kita dapat menciptakan sebanyak 700.000 isyarat fisik yang terpisah, demikian banyak sehingga upaya untuk mengumpulkannya akan menimbulkan frustrasi. Seperti bahasa verbal, bahasa nonverbal suatu kelompok orang juga tidak kalah rumitnya. Bila kelompok-kelompok budaya yang memiliki sandi nonverbal yang berbeda ini berinteraksi, fenomena yang terjadi akan semakin rumit, sekalipun kelompok-kelompok budaya tersebut memahami bahasa verbal yang sama.

Definisi lain yang diungkapkan Arni Muhammad (2002:130) menyebutkan bahwa:

“Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya”. (Suranto, 2010:146).

Sebagian budaya, subkultur pun sering memiliki bahasa non verbal khas. Dalam suatu budaya boleh terdapat variasi bahasa nonverbal, misalnya bahasa

tubuh, bergantung pada jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, pendidikan, kelas social, tingkat ekonomi, lokasi geografis, dan sebagainya. Beberapa subkultur tari dan musik menunjukkan kekhasan perilaku non verbal penari dan penyanyinya. Dibandingkan dengan studi komunikasi verbal, studi komunikasi nonverbal sebenarnya masi relative baru. Banyak orang mengkaji pentingnya komunikasi nonverbal demi keberhasilan komunikasi, bukan hanya orang-orang ahli komunikasi saja, tetapi juga antropolog, psikolog, dan sosiolog. Simbol-simbol nonverbal lebih sulit ditafsirkan daripada simbol-simbol verbal. Tidak ada satupun rumus andal yang dapat membantu menerjemahkan symbol nonverbal. (Mulyana, 2007:345).

2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Mark L. Knapp (1972 : 9-12) menyebutkan lima fungsi nonverbal sebagai berikut:

1. Repetisi : mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya, setelah saya menjelaskan penolakan saya, saya menggelengkan kepala berkali-kali.
2. Subtisi : menggantikan lambing-lambang verbal. Misalnya, tanpa sepatah katapun Anda berkata. Anda dapat menunjukka persetujuan dengan mengangguk-angguk.
3. Kontradiksi : menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya, Anda memuji prestasi kawan Anda dengan mencibirkan bibir Anda, “Hebat, kau memang hebat,”

4. Komplemen : melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka Anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.
5. Aksentuasi : menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, Anda mengungkapkan betapa jeleknya Anda dengan memukul mimbar.

Knapp membahas fungsi pesan nonverbal dalam hubungannya dengan pesan verbal. Yang lebih penting kita ketahui ialah tinjauan psikologis terhadap peranan pesan nonverbal dalam perilaku komunikasi.

Dale G. Leathers (1976:4-7), penulis *Nonverbal Communication System*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan nonverbal sangat penting.

1. Factor-faktor nonverbal sangat menemukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatap muka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Menurut Birdwhistell, “barangkali tidak lebih dari 30% sampai 35% makna social percakapan atau interaksi dilakukan dengan kata-kata,” sisanya dilakukan dengan pesan nonverbal. Mehrabian, penulis *The Silent Message*, bahkan memperkirakan 93% dampak pesan diakibatkan oleh pesan nonverbal.
2. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal. Menurut Mahrabian (1976), hanya 7% perasaan kasih sayang dapat dikomunikasikan dengan kata-kata. Selebihnya, 38% dikomunikasikan lewat suara, dan 55% dikomunikasikan melalui ungkapan wajah (senyum, kontak mata, dan sebagainya).

3. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relative bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar. Dalam situasi komunikasi yang disebut *double binding* – ketika pesan nonverbal bertentangan dengan pesan verbal – orang bersandar pada pesan nonverbal pesan.
4. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan.
5. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi (lebih banyak lambing dari yang diperlukan). Repetisi, *ambiguity* (kata-kata yang berarti ganda), dan abstraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal daripada secara nonverbal.
6. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesati yang paling tepat. Sugesti paling efektif disampaikan melalui pesan-pesan nonverbal. Leathers (1976) menulis “*if you solicit the sexual favors of a minor by nonverbally you are free from legal sanctions*”. (jika Anda meminta pelayanan seksual dari anak di bawah umur secara verbal, Anda dapat menerima hukuman penjara. Jika Anda melakukan hal yang sama secara nonverbal. Anda bebas dari hukuman). Ini salah satu contoh kita memuji orang secara

verbal, tetapi mengecamnya secara nonverbal. Ini pun sukat dituntut secara hukum.

2.1.4.3 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Perilaku nonverbal kita terima sebagai suatu “paket” siap pakai dari lingkungan social kita, khususnya orangtua. Kita tidak pernah mempersoalkan mengapa kita harus memberi isyarat begini untuk mengatakan suatu hal atau isyarat begitu untuk mengatakan hal lain. Sebagaimana lambing verbal, asal-usul isyarat nonverbal sulit dilacak, meskipun adakalanya kita memperoleh informasi terbatas mengenai hal itu, berdasarkan agama, sejarah, atau cerita rakyat (*folklore*).

Kita dapat mengklasifikasikan pesan-pesan nonverbal ini dengan berbagai cara. Jurgen Ruesch mengklasifikasikan isyarat nonverbal menjadi tiga bagian. *Pertama*, bahasa tanda (*sign language*) – acungan jempol untuk menumpang mobil secara gratis; bahasa isyarat tunarungu; *kedua*, bahasa tindakan (*action language*)- semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal, misalnya berjalan; *ketiga*, bahasa objek (*object language*)-pertunjukkan benda, pakaian, dan lambang nonverbal bersifat public lainnya seperti ukuran ruangan, bendera, gambar (lukisan), music (misalnya *marching band*), dan sebagainya, baik secara sengaja maupun tidak.

Secara garis besar Larry A. Samovar dan Richard E. Porter membagi pesan-pesan nonverbal menjadi dua kategori besar, yakni; *pertama*, perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa; *kedua*, ruang, waktu dan diam.

Klasifikasi Samovar dan Porter ini sejajar dengan klasifikasi John R. Wenburg dan William W. Wilmot, yakni isyarat-isyarat nonverbal perilaku (*behavioural*) dan isyarat-isyarat nonverbal bersifat public seperti ukuran dan factor-faktor situasional lainnya. (Mulyana 2005:316-317).

2.1.4.4 Bahasa Tubuh

Ilmu atau pengetahuan yang berhubungan dengan bahasa tubuh adalah kinesika (*kinesics*). Istilah ini dikemukakan pertama kali oleh seorang ahli bahasa nonverbal, Ray L. Birdwhistell. Setiap anggota tubuh manusia seperti wajah, tangan, kepala, kaki, dan bahkan seluruh anggota tubuh kita dapat digunakan sebagai isyarat simbolik.

A. Isyarat tangan

Kita sering menyertai ucapan kita dengan isyarat tangan, misalnya, orang yang sedang menelpon, meskipun lawan bicara tidak melihat, ia menggerak-gerakan tangannya. Isyarat tangan atau “berbicara dengan tangan” disebut emblem, mempunyai makna dalam suatu budaya. Desmond Morris et. Al, mengumpulkan 20 isyarat tangan yang sama tapi mempunyai makna yang berbeda dalam budaya yang berbeda.

B. Gerakan kepala

Di beberapa Negara, anggukan kepala malah berarti “Tidak”, seperti di Bulgaria, sedangkan isyarat untuk “Ya” adalah dengan menggelengkan kepala.

C. Postur tubuh dan posisi kaki

Penelitian yang dilakukan oleh William Sheldon memperlihatkan bahwa terdapat hubungan antara bentuk tubuh dan temperamen. Menurut Sheldon, bentuk tubuh yang gemuk (*endomorph*) berhubungan dengan sifat malas dan tenang.

D. Ekspresi Wajah dan Tatapan Mata

Makna yang terkandung dalam ekspresi wajah, seperti juga pengarah, pemain, dan penari. Masuk akal bila banyak orang menganggap perilaku nonverbal yang paling banyak “berbicara” adalah ekspresi wajah, khususnya pandangan mata, meskipun mulut tidak berkata-kata. Okulesika (Oculesics) merujuk pada studi tentang penggunaan kontak mata (termasuk reaksi manik mata) dalam berkomunikasi. Menurut Albert Mehrabian “andil wajah bagi pengaruh pesan adalah 55%, sementara vocal 30%, dan verbal hanya 7%. Menurut Birdwhistell, perubahan sangat sedikit saja dapat menciptakan perbedaan yang besar”. Bisa dibuktikan sendiri bahwa ekspresi wajah, khususnya mata, paling ekspresif.

Ekspresi wajah merupakan perilaku nonverbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang, sebagai pakar mengakui, terdapat beberapa keadaan emosional yang dikomunikasikan oleh ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal: *kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, kejiikan, dan minat*. Ekspresi-ekspresi wajah tersebut dianggap “murni”, sedangkan keadaan emosional lainnya (misalnya malu, rasa berdosa, bingung, puas) dianggap “campuran”, yang umumnya lebih bergantung pada interpretasi.

Secara umum dapat dikatakan bahwa makna ekspresi wajah dan pandangan mata tidaklah universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh budaya. Ekspresi wajah boleh sama, namun maknanya mungkin berbeda. Bahkan, seperti pesan verbal, dalam budaya yang sama pun ekspresi wajah yang sama dapat berbeda makna dalam konteks komunikasi yang berbeda.

Prof. Hafied Cangara mengelompokan kode nonverbal sebagai berikut, yaitu:

1. Kinesics

Ialah kode nonverbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan badan yang bisa dibedakan atas 5 jenis, yaitu:

a. Emblems

Ialah isyarat yang punya arti langsung pada symbol yang dibuat oleh gerakan badan. Misalnya mengangkat jempol yang berarti baik (Indonesia), tetapi berarti jelek (India). Kerdipan mata berarti “saya tidak sungguh-sungguh”.

b. Illustrators

Ialah isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan untuk menjelaskan sesuatu, misalnya mengenai besarnya barang atau tinggi rendahnya suatu objek yang dibicarakan. Pandangan kebawah berarti kesedihan atau depresi.

c. Affect Displays

Ialah isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi muka, misalnya menangis, senyum, mencibir, sinis dan sebagainya.

d. *Regulators*

Ialah gerakan-gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala, misalnya mengangguk tanda setuju atau menggeleng tanda menolak

e. *Adaptor*

Ialah gerak-gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan, misalnya menggerutu.

2. Gerakan Mata

Mata adalah alat komunikasi yang paling berarti dalam memberi isyarat tanpa kata. Ada yang menilai bahwa gerakan mata adalah cerminan isi hati seseorang. Terbukti adanya ungkapan “lirikan matanya memiliki arti” atau “pandangan matanya mengundang”.

3. Diam

Berbeda dengan tekanan suara, maka sikap diam juga sebagai kode nonverbal yang mempunyai arti. Max Picard menyatakan “diam tidak semata-mata mengandung arti negatif, tetapi bisa juga mengandung arti positif.

2.1.4.5 Sentuhan

Studi tentang sentuh menyentuh disebut haptika (haptice). Sentuhan, seperti foto, adalah perilaku nonverbal yang multi makna, dapat menggantikan seribu kata. Kenyataannya sentuhan ini bisa merupakan tamparan, pukulan, cubitan,

senggolan, tepukan, belaian, pelukan, pegangan (jabat tangan), rabaan, hingga sentuhan lembut sekilas. Sentuhan kategori terakhirlah yang sering diasosiasikan dengan sentuhan. Banyak riset menunjukkan bahwa orang yang berstatus lebih tinggi lebih sering menyentuh orang yang berstatus lebih rendah daripada sebaliknya. Jadi sentuhan juga berarti “kekuasaan”.

Beberapa studi menunjukkan bahwa sentuhan bersifat persuasif. Misalnya, subjek yang lengannya disentuh lebih terdorong untuk menandatangani suatu petisi daripada mereka yang tidak disentuh. Sentuhan mungkin jauh lebih bermakna daripada kata-kata. Menurut Heslin, terdapat lima kategori sentuhan, yang merupakan suatu rentang dari yang sangat impersonal hingga yang sangat personal. Kategori-kategori tersebut adalah sebagai berikut :

- *Fungsional-profesional*. Disini sentuhan bersifat “dingin” dan berorientasi-bisnis, misalnya pelayan toko membantu pelanggan memilih pakaian.
- *Sosial-sopan*. Perilaku dalam situasi ini membangun dan memperteguh pengharapan, aturan dan praktik sosial yang berlaku, misalnya berjabat tangan.
- *Cinta-keintiman*. Kategori ini menunjukkan pada sentuhan yang menyatakan keterikatan emosional atau ketertarikan, misalnya mencium pipi orang tua dengan lembut, orang yang sepenuhnya memeluk orang lain, dua orang yang bermain kaki dibawah meja, orang Eskimo yang saling menggosokan hidung.

- *Rangsangan seksual*. Kategori ini berkaitan erat dengan kategori sebelumnya, hanya saja motifnya bersifat seksual. Rangsangan seksual tidak otomatis bermakna cinta atau keintiman (Mulyana, 2005 :336)

2.1.4.6 Parabahasa

Parabahasa atau vokalika (vocalic), merujuk pada aspek-aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah), intensitas (volume) suara, intonasi, dialek, suara terputus-putus, suara yang gemetar, suitan, siulan, tawa, erangan, tangis, gerutuan, gumaman, desahan dan sebagainya. Setiap karakteristik suara ini mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita. Suara yang terengah-engah menandakan kelemahan, sedangkan ucapan yang terlalu cepat menandakan, ketegangan, kemarahan, atau ketakutan. Terkadang kita bosan mendengarkan pembicaraan orang, bukan karena isi pembicaraannya melainkan cara menyampaikan yang lamban dan monoton. Mehrabian dan Ferris menyebutkan bahwa parabahasa adalah terpenting kedua setelah ekspresi wajah dalam menyampaikan perasaan dan emosi.

Menurut mereka parabahasa memiliki andil 38% dari keseluruhan dampak pesan. Oleh karena ekspresi wajah punya andil 55% dari keseluruhan dampak pesan, lebih dari 90% isiemosionalnya ditentukan secara nonverbal. Bahkan Mehrabian dan Ferris mengakui bahwa dampak kata-kata terucap terhadap komponen emosional pesan hanya sekitar 7%. (Mulyana, 2005 : 343).

2.1.4.7 Karakter Fisik, Pakaian atau Busana

Karakteristik fisik seperti daya tarik, warna kulit, rambut, kumis, jenggot, dan lipstick, jelas dapat mengkomunikasikan sesuatu. Suatu studi menunjukkan

bahwa daya tarik fisik merupakan ciri penting dalam banyak teori kepribadian, meskipun bersifat implisit. Orang yang menarik secara fisik ajeg dinilai lebih pandai bergaul, luwes, tenang, menarik, hangat secara seksual, responsive, persuasive, dan berhasil dalam karir daripada orang yang tidak menarik.

Nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan (tertulis atau tidak), nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan, semua itu mempengaruhi cara kita berdandan. Bangsa-bangsa yang mengalami empat musim yang berbeda menandai perubahan musim itu dengan perubahan cara mereka berpakaian. Setiap fase penting dalam kehidupan sering ditandai dengan pemakaian busana tertentu, seperti pakaian tradisional ketika anak lelaki disunat, toga ketika kita diwisuda, pakaian pengantin ketika kita menikah, dan kain kafan ketika kita meninggal. Termasuk Pangeran Charles dan putri Anne terdapat penjelasan bahwa : “berabad-abad para orang tua telah menunjukkan status mereka melalui pakaian anak-anak mereka. Bagi para anggota kerajaan hal ini sangat penting.

Banyak subkultural atau komunitas mengenakan busana yang khas sebagai symbol keanggotaan mereka dalam kelompok tersebut. Sebagian orang berpandangan bahwa pilihan seseorang atas pakaian mencerminkan kepribadiannya, apakah ia orang yang konservatif, religious, modern, atau berjiwa muda. Tidak dapat pula dibantah bahwa pakaian, seperti saja rumah, mobil, perhiasan, digunakan untuk memproyeksikan citra tertentu yang diinginkan pemakainya. Pemakai busana itu mengharapkan bahwa kita mempunyai citra terhadapnya sebagaimana yang diinginkannya. Untuk menjadi komunikator yang baik, anda sebaiknya memperhatikan aspek busana ini. Saya tidak bermaksud

mengatakan bahwa anda harus mengenakan pakaian yang sesuai dengan cara berpakaian komunitas budaya atau kelompok orang yang anda masuki, meskipun penampilan anda itu bertentangan dengan hati nurani atau kepercayaan agama anda. Banyak orang tampil dan berbusana karena kebiasaan saja, karena itulah cara orang tua mereka berpakaian. Mereka sering kritis terhadap cara berpakaian orang lain yang berbeda dengan cara mereka, namun mereka tidak pernah bertanya mengapa mereka sendiri berpakaian seperti yang mereka lakukan. Model busana manusia dan cara mengenakannya bergantung pada budaya masing-masing pemakainya. Kemeja dan celana yang sering kita kenakan sebenarnya adalah budaya tradisional suku nomadis penunggang kuda di stepa Asia. (Mulyana, 2007: 395).

2.1.4.8 Bau-Bauan

Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian, seperti deodorant dan parfum) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan, mirip dengan cara yang dilakukan hewan. Kebanyakan hewan menggunakan bau-bauan untuk memastikan kehadiran musuh, menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional dan menarik lawan jenis. Suku-suku primitive di pedalaman telah lama menggunakan tumbuh-tumbuhan sebagai bahan wewangian.

Mereka yang ahli dalam wewangian dapat membedakan bau parfum lelaki dengan bau parfum wanita. Bau parfum yang mahal dengan bau parfum yang murah. Bau parfum yang digunakan seseorang dapat menyampaikan pesan bahwa ia berasal dari kelas tertentu. Bau tubuh memang amat sensitive. Kita enggan

berdekatan dengan orang yang bau badan, bau ketiak, apalagi bau mulut. (Mulyana, 2005 : 353).

2.1.4.9 Orientasi Ruang

Untuk proses peyampaian komunikasi non verbal ruang merupakan tempat atau posisi dimana proses pesan non verbal itu terjadi.

2.1.4.10 Konsep Waktu

Waktu menentukan hubungan antarmanusia. Pola hidup manusia dalam waktu dipengaruhi oleh budayanya. Waktu berhubungan erat dengan perasaan hati dan perasaan manusia. Kronemika (*Cltronemics*) adalah studi dan interpretasi atas waktu sebagai pesan.

Bagaimana kita mempersepsikan dan memperlakukan waktu secara simbolik menunjukkan sebagian dari jati-diri: siapa diri kita dan bagaimana kesadaran akan lingkungan kita. Bila kita selalu menepati waktu yang dijanjikan, maka komitmen pada waktu memberikan pesan tentang diri kita. Demikian pula sebaliknya, bila kita sering terlambat menghadiri pertemuan penting.

2.1.5 Tinjauan Tentang Kebudayaan

Kata kebudayaan berasal dari kata Sanskerta *buddhayah* yang berarti budi atau akal. Kebudayaan adalah hal-hal yang berhubungan dengan hal, atau kebudayaan adalah hasil dari cipta rasa dan karsa, Kebudayaan atau *culture* berasal dari kata Latin *colere* artinya mengolah tanah atau segala tindakan untuk mengelola alam. (Koentjaraningrat, 1985:181-182). Karena manusia adalah bagian dari alam, maka kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha manusia

mengolah lingkungan alam dan social, atau usaha manusia mengolah lingkungan hidupnya.

2.1.5.1 Definisi Kebudayaan

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Melville, Hers dan bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang tert dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri, Istilah untuk pendapat itu adalah *Cultural Determinism*. Herkovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*.

Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian, nilai, norma, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.

Menurut Edward B. Tylor, kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat.

Sedangkan menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa dan cipta masyarakat.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan yaitu sistem pengetahuan yang meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah

benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupaya berperilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi social, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

2.1.5.2 Karakteristik Kebudayaan

Oleh karena budaya memberi identitas kepada sekelompok orang, bagaimana kita dapat mengidentifikasi aspek-aspek budaya yang menjadikan sekelompok orang sangat berbeda-beda salah satu caranya adalah dengan menelaah kelompok dan aspek-aspeknya, sebagai berikut :

- **Komunikasi dan Bahasa**

Sistem komunikasi verbal dan nonverbal, membedakan suatu kelompok dan kelompok lainnya. Terdapat banyak “bahasa asing” di dunia. Sebuah bangsa memiliki lima belas atau lebih bahasa utama (dalam suatu kelompok bahasa terdapat dialek, aksen, logat, jargon, dan ragam lainnya). Lebih jauh lagi, makna- makna yang diberikan kepada gerak-gerik misalnya sering berbeda secara cultural. Meskipun bahasa tubuh mungkin universal, perwujudannya berbeda secara local. Subkultur-subkultur, seperti kelompok militer, mempunyai peristilahan dan tanda-tanda yang menerobos batas-batas nasional (seperti gerakan menghormat atau system kepangkatan).

- **Pakaian dan Penampilan**

Ini meliputi pakaian dan dandanan (perhiasan) luar, juga dekorasi tubuh yang cenderung berbeda secara kultural. Kita mengetahui adanya kimono

Jepang, penutup kepala Afrika, payung Inggris, sarung Polynesia dan ikat kepala Indian Amerika. Beberapa suku bangsa mencorengi wajah mereka untuk bertempur, sementara sebagian wanita menggunakan kosmetik untuk kecantikan. Banyak sub kultur menggunakan pakaian yang khas, jeans sebagai pakaian kaum muda diseluruh dunia, seragam untuk sekelompok orang tertentu seperti anak-anak sekolah atau polisi. Dalam subkultur militer, adat istiadat, dan peraturan-peraturan menentukan pakaian harian, panjang rambut, perlengkapan yang dipakai dan sebagainya.

- Waktu dan kesadaran akan waktu

Kesadaran akan waktu berbeda antara budaya yang satu dengan budaya lainnya. Sebagian orang tepat waktu dan sebagian lainnya merelatifkan waktu. Umumnya, orang-orang Jerman tepat waktu, sedangkan orang-orang Amerika Latin lebih santai. Dalam beberapa budaya kesegeraan ditentukan oleh usia dan status. suatu cara lain untuk mengamati suatu budaya adalah dengan memperhatikan cara dan metode memberikan pujian bagi perbuatan-perbuatan baik dan berani, lama pengabdian atau bentuk-bentuk lain penyelesaian tugas. Pengakuan bagi para prajurit perang adalah dengan memperbolehkan mereka mentato tubuh mereka. Dahulu celana panjang merupakan tanda kedewasaan bagi seorang anak lelaki yang sedang tumbuh pada usia tertentu.

- Hubungan-hubungan

Budaya juga mengatur hubungan-hubungan manusia dan hubungan-hubungan organisasi berdasarkan usia, jenis kelamin, status, kekeluargaan,

kekayaan, kekuasaan dan kebijaksanaan. Unit keluarga merupakan wujud paling umum hubungan manusia, dan bentuknya bisa kecil dan juga besar. Di beberapa negeri hubungan pernikahan yang lazim adalah monogamy, sedangkan di negeri-negeri lain mungkin poligami atau poliandri (satu istri beberapa suami). Dalam budaya-budaya tertentu orang yang harus dipatuhi dalam keluarga adalah lelaki yang mengepalai keluarga.

- Nilai dan Norma

Sistem kebutuhan bervariasi pula, sebagaimana prioritas-prioritas yang melekat pada perilaku tertentu dalam kelompok. Mereka yang menginginkan kelangsungan hidup, menghargai usaha-usaha. Penghargaan dan Pengakuan pengumpulan makanan, penyediaan pakaian dan perumahan yang memadai, sementara mereka yang mempunyai kebutuhan lebih tinggi menghargai materi, uang, gelar-gelar pekerjaan, hokum dan keteraturan.

Berdasarkan system nilainya itu, suatu budaya menetapkan norma-norma perilaku bagi masyarakat yang bersangkutan. Aturan-aturan keanggotaan ini bisa berkenaan dengan berbagai hal, mulai dari etika kerja atau kewenangan hingga kepatuhan mutlak. Ina Brown mengatakan

“Orang-orang dalam budaya-budaya yang berbeda merasa senang, berkepentingan, jengkel atau malu tentang hal-hal yang berbeda karena mempersepsi situasi-situasi berdasarkan premis-premis yang berbeda pula”. (Mulyana & Rakhmat, 2005)

- Rasa diri dan Ruang

Kenyamanan yang orang miliki dengan dirinya dapat diekspresikan secara berbeda oleh budaya. Identitas diri dan penghargaan dapat diwujudkan dengan sikap yang sederhana dalam suatu budaya, sementara dalam budaya

lain ditunjukkan dengan perilaku yang agresif. Dalam budaya-budaya tertentu kebebasan dan kreativitas dibalas oleh kerjasama dan konformitas kelompok. Orang-orang dari budaya tertentu, seperti orang Amerika memiliki rasa ruang yang membutuhkan jarak lebih besar antara individu dengan individu-individu lainnya, sementara orang-orang Amerika Latin dan orang-orang Vietnam menginginkan jarak lebih dekat lagi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan skema pemikiran yang melatar belakang penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti mencoba menjelaskan pokok peneliti.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan dilingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensi bagi pengirim atau penerima. Pesan Nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata.

Pada penelitian ini terlihat bahwa Upacara Adat Mangongkal Holi terdapat makna dari komunikasi non verbalnya, yang khas dan kompleks. Peristiwa komunikasi tersebut melibatkan tindakan komunikasi tertentu dan dalam konteks komunikasi yang tertentu, sehingga proses komunikasi disini menghasilkan peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang. Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata, karena komunikasi nonverbal lebih menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan

sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter:

Pesan komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Dedi Mulyana 2000:308).

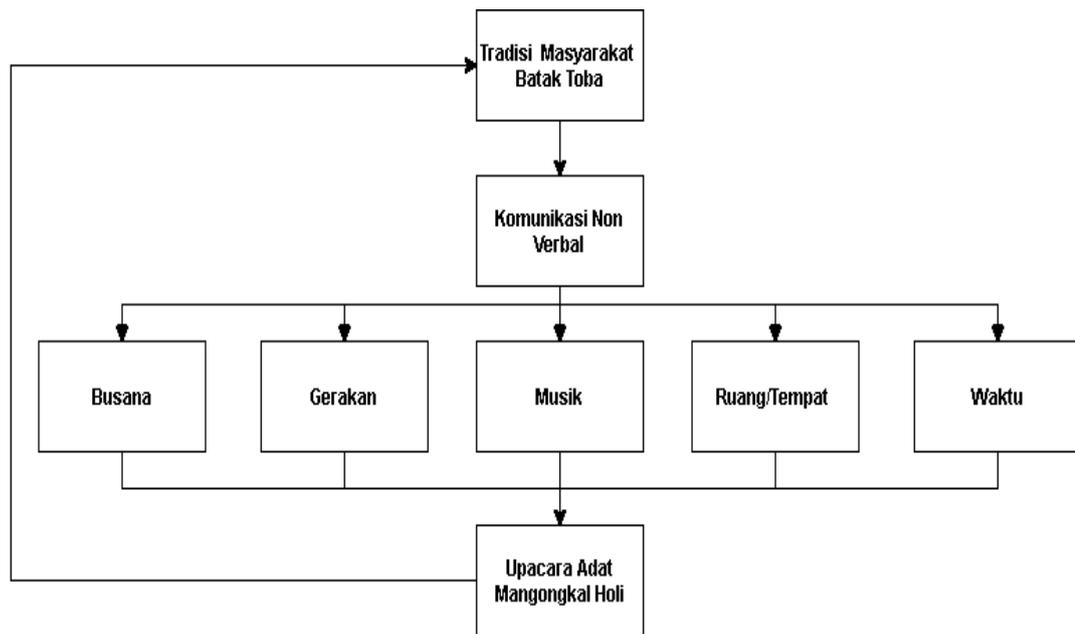
Lary A. Samovar dan Richard E. Porter mengklafikasikan pesan pesan nonverbal kedalam 2 kategori utama, yaitu:

1. Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan, dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa.
2. Ruang, waktu, dan diam. Salah satu jenis komunikasi yaitu pesan komunikasi non verbal disebut dengan bahasa tubuh. Komunikasi non verbal adalah penyampaian pesan tanpa kata-kata dan pesan komunikasi non verbal memberikan arti pada komunikasi verbal.

Komponen dari teori dan hasil pemikiran penulis, diadaptasikan kedalam model dibawah ini, hal ini untuk mempermudah dan menggambarkan proses terjadinya pesan-pesan komunikasi nonverbal yang terdapat dalam Upacara Adat Mangongkal Holi di kebudayaan masyarakat Batak Toba. yang urutannya berkaitan satu sama lain sehingga menjadikan informasi yang lebih efektif dan terencana, seperti model bagan di bawah ini :

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2020

Sebagaimana yang terlihat dari bagan diatas, pada awalnya semua itu berasal dari Tradisi dan Budaya yang diwariskan oleh leluhur atau nenek moyang kepada generasi penerus. Tentu dari tradisi dan Budaya Leluhur khususnya dalam hal ini adalah kebudayaan Mangongkal Holi di Desa Hasinggaan Kabupaten Samosir memiliki tujuan dan maknanya sendiri. Komunikasi manusia seperti yang telah disinggung pada tinjauan pustaka diatas, dapat dikatakan bahwa lebih banyak komunikasi yang dilakukan oleh manusia terdiri dari komunikasi nonverbal maka, yang paling sesuai untuk memahami dari arti makna pada Upacara Adat Mangongkal Holi adalah dengan meneiliti lebih dalam dari arti makna pesan yang terkandung dalam komunikasi nonverbal pada upacara adat mangongkal holi. Sebagai pisau pembedah, penulis mencoba untuk menguraikan pesan-pesan nonverbal itu berdasarkan makna busana, makna gerakan, makna musik, makna ruang, dan makna waktu, yang ada dalam prosesi pelaksanaan upacara adat mangongkal holi, sehingga diakhir akan terjawab makna apa yang

terkandung didalam sebuah upacara adat mangongkal holi yang dilaksanakan oleh masyarakat di Desa Hasinggaan Kabupaten Samosir yang menjadi fokus penelitian penulis.