

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. Adapun hasil dari pengumpulan yang telah peneliti dapatkan selama penelitian dan peneliti menguraikan sebagai berikut:

##### **2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu adalah referensi referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hasil dari tinjauan penelitian terdahulu akan peneliti masukan pada table 2.1 agar lebih mudah dipahami alur relevansi dengan penelitian yang peneliti susun sekarang.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu yang Sejenis**

Nama Uraian	Ega Perdana Jusuf	Bayu Nugraha	Fauzia
<b>Tahun</b>	<b>2014</b>	<b>2012</b>	<b>2012</b>
<b>Jenis Penelitian</b>	<b>Skripsi</b>	<b>Skripsi</b>	<b>Skripsi</b>
<b>Universitas</b>	<b>Universitas Komputer Indonesia</b>	<b>Universitas Padjadjaran</b>	<b>Universitas Padjadjaran</b>
<b>Judul</b>	Perilaku Komunikasi Fasilitator Terapi Dengan Klien dalam Terapi Usik Wiwitan	Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram	Konstruksi Makna Simbol Dalam Komunitas <i>Skinhead</i>
<b>Pendekatan/metode</b>	Kualitatif/Studi Fenomenologi	Kualitatif/Studi Deskriptif	Kualitatif/Studi Kasus
<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai Perilaku Komunikasi Fasilitator Terapi dengan Klien dalam Terapi Usik Wiwitan	Untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram	Untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai Konstruksi Makna Simbol dalam Komunitas <i>Skinhead</i>
<b>Hasil</b>	Komunikasi verbal yang dilakukan oleh fasilitator adalah penggunaan bahasa Sunda dan Indonesia dan ucapan seperti <i>assalamu 'alaikum</i> , selamat pagi dan selamat berkarya. Komunikasi nonverbal yaitu gerakan pada sentuhan, <i>ngajurus</i> , dan penggunaan	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bawah faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya perilaku komunikasi pengguna aktif instagram adalah fasilitas pendukung, keinginan untuk menghasilkan karya yang lebih baik, frekuensi	Hasil yang didapat menunjukkan bahwa berkelompok dalam komunitas <i>Skinhead</i> di Bandung memiliki kebebasan dan tanpa memaksakan kenyamanan setiap individunya. Selain itu musik yang mereka anggap sebagai salah satu bentuk media komunikasi menunjukkan

Nama Uraian	Ega Perdana Jusuf	Bayu Nugraha	Fauzia
	pakaian yang sederhana dan nyaman. Motif alasan dan motif tujuan dibentuk untuk melaksanakan Terapi Usik Wiwitan dalam membentuk perilaku komunikasi	mengakses yang tinggi serta dorongan kerabat. Perilaku komunikasi antar sesama pengguna aktif instagram yaitu mengunggah foto, melakukan following dan unfollow, memberikan like dan komentar, membubuhi informasi pada foto yang diunggah serta menghadiri kegiatan gathering dan photowalk.	kreativitas dan ekspresi dalam menyampaikan karya dan kehidupan mereka. Sedangkan dalam konstruksi gaya dan busana menunjukkan ciri khas dan atau identitas yang membedakan dari komunitas lain.

Sumber Penelitian : Peneliti, 2015

### 2.1.2. Tinjauan Komunikasi

Komunikasi merupakan jalur penting yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi oranglain dan lain-lain, maka melalui komunikasilah kita membangun hubungan dengan beragam jenisnya, dengan begitulah komunikasi sangatlah mendasar bagi kehidupan kita.

### 2.1.2.1. Definisi Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara satu orang atau lebih.

Sebagai makhluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi komunikasi, bahkan dengan diam pun manusia itu berkomunikasi, mengkomunikasikan perasaannya, baik secara sadar maupun tidak manusia pasti berkomunikasi, dan komunikasi dapat di temukan di semua sendi kehidupan, dimana setiap proses interaksi antara manusia dengan manusia lain itu terdapat komunikasi.

Ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu sosial terapan, bukan ilmu sosial murni, dan ilmu komunikasi ini bersifat dinamis, artinya ilmu komunikasi berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini terjadi karena ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tingkah laku kehidupan manusia, dan ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk perkembangan zaman.

Sifat ilmu komunikasi adalah interdisipliner. Maka sari itu ilmu komunikasi dapat menyisip dan berhubungan erat dengan ilmu sosial lainnya, terutama ilmu yang berhubungan dengan kemasyarakatan.

Banyak definisi dan pengertian tentang ilmu komunikasi. Dalam bukunya Wiryatnto mengatakan bahwa, "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi

berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang berarti pemeritahuan atau pertukaran. Kata sifatnya adalah *communis*, yang bermakna umum bersama-sama.” (Wiryanto. 2004:5)

Effendy menjelaskan dalam lagi, bahwa komunikasi dapat berlangsung melalui banyak tahap. Penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld, Wilbur Schramm, Elihu Katz, Robert Merton, dan para peneliti lainya menunjukkan bahwa :

“Gejala sosial yang diakibatkan oleh media massa tidak hanya berlangsung satu tahap, tetapi banyak tahap. Ini dikenal dengan *twostep flow communication* dan *multistep flow communication*. Pengambilan keputusan banyak dilakukan atas dasar hasil komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*) dan komunikasi kelompok (*group communication*) sebagai kelanjutan dari komunikasi massa (*mass communication*)” (Effendy, 2005 : 4).

Pengertian komunikasi lainya bila ditinjau dari tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menyampaikan maksud hingga dapat merubah perilaku orang yang dituju, menurut Deddy Mulyana komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain. (Mulyana, 2003 : 62)

Dari pengertian-pengertian mengenai komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara percakapan tersebut.

### 2.1.2.2. Unsur-unsur Komunikasi

Harold Laswell dalam Deddy Mulyana menjelaskan mengenai unsur-unsur komunikasi, yaitu:

- *Who*, Merupakan Unsur komunikator yang menyampaikan pesan/informasi.
- *Says What*, Unsur pesan atau isi pesan yang dikomunikasikan.
- *In Which Channel*, alat-alat komunikasi atau media yang digunakan.
- *To Whom*, unsur audience atau komunikan yaitu penerima komunikasi.
- *With What Effect*, unsur pengaruh yang ditimbulkan komunikasi. (Mulyana 2007 : 62)

Mengacu dari pendapat Harold Laswell tersebut maka dapat kita dapat mengetahui ada tiga komponen penting dalam komunikasi yaitu, komunikator, komunikan, pesan.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen.

### 2.1.2.3. Komponen-komponen Komunikasi

#### A. *Communicator* (Komunikator)

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Komunikator akan menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, ini berarti ia memformulasikan pikiran dan perasaannya kedalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Komunikator yang baik adalah orang yang selalu

memperhatikan umpan balik sehingga ia dapat segera mengubah gaya komunikasinya dikala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif.

#### B. *Message* (Pesan)

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Penyampaian pesan dapat dilakukan secara verbal yakni dengan menggunakan bahasa dan secara non verbal yakni dengan menggunakan alat, isyarat, gambar atau warna untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

#### C. *Channel* (Media)

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

#### D. *Communicant, Communicate, Receiver, Recipient* (Komunikan)

Orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan akan memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi

sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh komunikator. Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif.

#### E. *Effect, Impact, Influence* (Efek)

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator terhadap isi pesan, yang dapat menimbulkan reaksi dari kedua belah pihak.

#### **2.1.2.4. Tujuan Komunikasi**

Setiap manusia melakukan komunikasi pasti memiliki atau dengan tujuan tertentu, namun secara umum komunikasi dilakukan untuk membuat lawan bicara mengerti dan paham maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator tersebut.

Menurut Joseph Devito, dalam buku *Komunikasi Antar Manusia* menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah :

##### a. Menemukan

Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik dari sisi diri kita sendiri maupun orang lain yang diajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.

##### b. Untuk Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

c. Untuk Meyakinkan

Media Massa ada, dan sebagian besar untuk meyakinkan kita agar merubah sikap dan perilaku kita.

d. Untuk Bermain

Kita menggunakan komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita (deVito, 1997 : 31).

#### **2.1.2.5. Fungsi Komunikasi**

Kehidupan nyata mungkin ada yang menyampaikan pesan/ide; ada yang menerima atau mendengarkan pesan; ada pesan itu sendiri; ada media dan tentu ada respon berupa tanggapan terhadap pesan. Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan.

Fungsi Komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, dapat dijelaskan seperti berikut :

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikator itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan

dan ketegangan, anatar lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2010 : 5)

## 2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita” (Mulyana, 2010:21)

## 3. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri, yang bersifat abadi, dan bahwa kita diakui dan diterima dalam kelompok kita. (Mulyana, 2010 : 25)

## 4. Komunikasi Instrumental

Mempunyai beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan

mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Mulyana, 2010 : 30).

#### **2.1.2.6. Konteks Komunikasi**

Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi suatu Pengantar” menjelaskan bahwa komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari :

1. Aspek bersifat fisik seperti, cuaca, iklim, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.

2. Aspek psikologis seperti : sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu yaitu : kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

(Mulyana, 2001 : 69)

### **2.1.3. Tinjauan Komunikasi Kelompok/Komunitas**

Komunitas berasal dari bahasa latin *communis* yang berasal dari kata dasar *comunis*, artinya adalah masyarakat atau publik atau orang banyak. Dalam ilmu sosial, komunitas adalah kelompok orang yang saling berinteraksi dalam tempat tertentu. Komunitas adalah suatu perkumpulan orang yang terdiri dari beberapa manusia, yang dibuat oleh manusia dan memiliki nilai nilai atau aturan aturan yang akan kembali kepada anggota anggota komunitas tersebut. Para anggota biasanya erat dengan kekerabatan, persaudaraan, brotherhood ( solidarisme ).

Komunitas merupakan kelompok sosial terdiri atas beberapa orang yang menyatukan diri karena mempunyai kesamaan dalam banyak hal. Misalnya, kebutuhan, kepercayaan, maksud, minat, bakat, hobi, dan kesamaan lain, sehingga mereka merasa nyaman ketika menyatukan diri karena merasa ada teman dalam hal yang sama. Sekalipun hal itu dianggap unik bahkan, ganjil oleh orang lain.

Komunitas dibagi menjadi dua yaitu, komunitas *offline* dan komunitas *online*. Komunitas online adalah merupakan komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, kesamaan hobi, kesamaan faktor penyatu lainnya.

Komunitas dibentuk bukan tanpa tujuan. Bisa tujuan jangka pendek, menengah, atau jangka panjang. Menurut Soerjono (1990), beberapa tujuan dibentuknya komunitas yang layak diketahui adalah sebagai berikut:

a. Menetapkan tujuan

Komunitas muncul ketika manusia itu membutuhkan kehidupan yang layak, untuk menciptakan suatu komunitas yang baik, mereka harus mengetahui untuk apa komunitas tersebut didirikan, dan untuk siapa komunitas itu didirikan.

b. Menciptakan tempat berkumpul yang nyaman

Dimana setiap individu saling bertemu, bertukar pendapat, saling bercerita tentang masalah masalah yang mereka alami, dengan adanya saling rasa kepercayaan tersebut akan menimbulkan suatu rasa kekeluargaan yang hinggap disetiap individu.

c. Menyalurkan hobi

Kehidupan manusia tidak lepas dari yang namanya hobi atau biasa disebut dengan kesukaan masing masing orang. Disinilah fungsi diciptakannya suatu komunitas, dimana tempat mereka yang mempunyai hobi yang sama berkumpul, membicarakan sesuai hobi mereka.

d. Menciptakan keluarga yang baru

Manusia tidak dapat berdiri sendiri, dalam artian manusia tidak bisa hidup tanpa orang lain, manusia membutuhkan orang lain dalam pengaplikasiannya terhadap kehidupan. Dalam hal ini, komunitas bertujuan agar setiap individu memiliki rasa kepemilikan bersama dengan cara kekeluargaan, sehingga secara tidak disadari kelompok tersebut memiliki keluarga yang berbeda dari keluarga kandung.

e. Media Ekspresi Jati Diri

Komunitas sebagai tempat berkumpul juga bisa dijadikan salah satu media untuk menunjukkan jati diri. Secara psikologi, perilaku pencarian jati diri mayoritas dilakukan oleh remaja. Tak heran jika mereka lebih sering bergabung dengan komunitas atau teman-teman yang mempunyai kesamaan, baik bentuk komunitasnya legal, ilegal, baik, dan buruk.

(Soerjono, 1990)

## **2.1.4. Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi**

### **2.1.4.1. Definisi Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi adalah salah satu jenis komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, dalam komunikasi ini terjadi kontak langsung dan dalam bentuk percakapan. Dalam sebutan lain komunikasi ini dapat pula dikatakan *face to face communication*,

komunikasi ini pun dapat pula menggunakan media penghubung seperti telepon atau VoIP (*Voice on Internet Protocol*).

DeVito (1984:4) dalam buku *The Interpersonal Communication* menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara kelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Pada dasarnya komunikasi ini dilakukan oleh komunikator dalam tujuan untuk merubah sikap dan perilaku seseorang dengan cara mengirimkan pesan.

Komunikasi antar pribadi pada hakikatnya merupakan proses sosial seperti yang diuraikan diatas, dimana orang-orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Komunikasi antar personal dianggap efektif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan.

#### **2.1.4.2. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam tujuan komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri sendiri.

Dengan memperbincangkan diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.

#### A. Mengenal diri sendiri dan orang lain

Nasihat seorang filsuf terkenal Socrates yaitu : *cogito ergosum* yang memiliki arti kurang lebih "kenalilah dirimu". Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antar pribadi.

#### B. Mengetahui dunia luar

Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain.

#### C. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

#### D. Mengubah sikap dan perilaku

Dengan komunikasi antar pribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain.

#### E. Bermain dan mencari hiburan

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan.

#### F. Membantu

Psikiater, psikolog klinik dan ahli terapi adalah contoh profesi yang mempunyai fungsi menolong orang lain.

### 2.1.4.3. Jenis-jenis Komunikasi Antar Pribadi

Sama halnya dengan komunikasi lain, dalam komunikasi antar pribadi pun banyak bentuk atau jenis-jenis komunikasi yang termasuk kedalam ranah komunikasi antar pribadi. Menurut Onong Uchana Effendy “secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu :

#### 1. Komunikasi Diadik

Komunikasi diadik adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, yakni yang seorang adalah komunikator sebagai penyampai pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan saja.

#### 2. Komunikasi Triadik

Ini adalah jenis komunikasi antar pribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni satu orang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif karena komunikator hanya memusatkan perhatiannya pada satu orang saja, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan. Sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung merupakan kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya proses komunikasi. (Effendy, 1993:62)

## 2.1.5. Tinjauan Mengenai Perilaku

### 2.2.5.1. Definisi Perilaku

Dari segi biologis, perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organism (mahluk hidup) yang bersangkutan. Skinner dalam Notoadmodjo (2007), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar).

Pada dasarnya perilaku adalah segala sesuatu tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam menjalani kehidupannya. Dalam hal ini menyatakan bahwa apa yang dilakukan manusia dalam gerak maupun diam dapat dikatakan sebagai perilaku. Ini sejalan dengan apa yang diutarakan oleh Notoatmodjo dalam buku Kesehatan Masyarakat-nya :

“Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.” (Notoatmodjo, 2003).

Begitu pula Skinner masih dalam Notoatmodjo, 2003 mengatakan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut teori “S-O-R” atau Stimulus – Organisme – Respon.

### 2.2.5.2. Bentuk Perilaku

Bentuk perilaku dapat diartikan pada sebuah respon organisme manusia terhadap rangsangan dari luar subjek. Respon ini ada dua macam, yaitu :

1. **Bentuk Pasif**, yang artinya respon internal yang terjadi didalam diri manusia dan tidak secara langsung dapat dilihat oleh orang lain, misalnya : berfikir, tanggapan atau sikap batin.
2. **Bentuk Aktif**, yang artinya perilaku itu jelas dapat dilihat langsung oleh eksternal. Ini terjadi karena perilaku tersebut sudah tampak dalam bentuk tindakan (gerak atau sesuatu yang dikerjakan) yang nyata, disebut juga *overt behavior*.

### 2.1.6. Tinjauan Mengenai Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi ini dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadikan kebiasaan pelakunya. Definisi perilaku komunikasi tidak akan terlepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu.

Kebutuhan manusia akan pengetahuan atau informasi akan memaksa manusia tersebut untuk bergerak mencari tahu tentang rasa kepenasarannya

akan suatu hal. Sehingga dalam proses pencarian inilah seorang manusia akan terus bergerak dan mencari sampai rasa haus atau penasaran itu terobati atau terpenuhi. Dalam bentuk komunikasi ini merupakan proses penafsiran seseorang terhadap perilaku lawannya, dapat berbentuk percakapan, gestur tubuh (body language), kemudian lawan bicara memberikan respon atau reaksi akan hal itu.

Meninjau pada Kuswarno (2013:103) perilaku komunikasi yaitu penggunaan lambang-lambang komunikasi. Lambang-lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan non verbal.

Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

#### **2.1.7. Tinjauan Mengenai Komunikasi Verbal**

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-

simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Mulyana, 2010:260).

Bahasa verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.

#### **2.1.8. Tinjauan Mengenai Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi non verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol selain kata-kata seperti nada bicara, ekspresi wajah dan lain-lain. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis, komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Menurut Edward T.Hall sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana, mengartikan komunikasi non verbal sebagai berikut :

“Komunikasi non verbal adalah sebuah bahasa diam (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) karena pesan non verbal yang tertanam dalam konteks komunikasi”. (Mulyana, 2010: 344).

#### **2.1.9. Tinjauan Mengenai Motif**

Melihat pernyataan dalam Kuswarno (2009:192), motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten

dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : *in order to motive* dan *because motive*, *because motive* merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *in order to motive* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan.

Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah motif terdapat fase historis, yaitu masa lalu dan masa depan, sehingga tindakan apapun yang dilakukan oleh seseorang baik di masa lalu dan masa yang akan datang tersebut dilatari oleh motif.

#### **2.1.10. Tinjauan Mengenai Solidaritas**

Durkheim (1964) dalam melihat bahwa setiap masyarakat manusia memerlukan solidaritas. Menurutnya, solidaritas sosial sebagai suatu gejala moral. Dua tipe utama solidaritas: solidaritas mekanik dan solidaritas organik. Solidaritas mekanik merupakan suatu tipe solidaritas yang didasarkan atas persamaan. Menurut Durkheim solidaritas mekanik dijumpai pada masyarakat yang masih sederhana dan di ikat oleh kesadaran kolektif serta belum mengenal adanya pembagian kerja diantara para anggota kelompok.

Misalnya *Skinhead* yang tidak terorganisir, mereka hanya berkumpul dan tidak terbentuk dalam suatu struktur organisasi, Sebaliknya solidaritas organik adalah solidaritas yang mengikat masyarakat yang sudah kompleks dan telah mengenal pembagian kerja yang teratur sehingga disatukan oleh saling ketergantungan antar anggota, misalnya komunitas Warriors yang terorganisir yang mana terbentuk struktur kepengurusan yang jelas dan mempunyai tugas dan fungsi masing-masing.

#### **2.1.11. Tinjauan Mengenai Skin Head**

Kaum *Mods* adalah generasi awal sebelum lahirnya *Skinhead*. Dimana saat itu Kaum *Mods* yang sering mendengarkan musik *RnB*, *Northern Soul*, *Stax and Motown Artist* memilih Vespa –Lambretta sebagai alat transportasi dan juga setelan jas-jas jahitan ala mafia-mafia Italia dan Yahudi, lalu memilih akhir pekan sebagai bagian dari waktu mereka bersenang-senang karena setelah seminggu lalu mereka bekerja. Sebuah budaya resapan dari kaum imigran yahudi dan Itali, yang kemudian dilebur dengan budaya Inggris itu sendiri kemudian menjadi budaya *Mods*.

Gerakan ini merupakan semacam gaya atau *style* baru anak-anak muda pada masa itu dalam hal pola pemikiran, aktifitas, gaya berpakaian, dan musik. Gerakan ini lahir dari kalangan buruh atau pekerja di Inggris yang menginginkan eksistensi atas jati diri mereka dan komunitas yang sesuai dengan “kelas” mereka.

Para pemuda kelas pekerja memiliki kesamaan dengan gerakan *Punk* dimana mereka memilih sifat anti-kemapanan yang lebih condong kearah sikap mereka. Berbeda dengan *Punk* yang terkesan urakan, *Mods* dan *Skinhead* lebih memilih berdandan rapi namun tetap menunjukkan ciri khas karisma dari budaya awal mereka sendiri. Yang membedakannya mungkin prinsip hidup *Skinhead* yang menekankan pada kesatuan dan kebersamaan, artinya tidak pernah membedakan ras, bangsa atau kepercayaan anggotanya.

Kebencian yang terkesan melingkupi hidup dari *Skinhead* mungkin muncul dikarenakan Inggris dengan budaya Monarkinya melahirkan kelas-kelas sosial dimana bagi kaum *Skinhead* sendiri mereka berada di kelas yang paling bawah, yaitu kelas pekerja. Mereka bekerja sebagai buru-buruh pabrik atau pelabuhan di Inggris Raya sana. Hal ini tentu berhubungan erat dengan sejarah meledaknya revolusi di Inggris, yang melahirkan banyak sekali buru-buruh kasar dan ditambah lagi negara yang pada saat itu pasca perang dunia banyak mengalami traum sosial di masyarakatnya terutama kelas pekerja.

Pengaruh *Mods* sebenarnya juga cukup besar dalam proses terbentuknya gaya berpakaian kaum *Skinhead*. Pada tahun 1965, dalam dunia *Mods* muncul istilah *smooth Mods* yang terdiri dari kaum kelas menengah ke atas dan juga dengan gaya berpakaian yang lebih bergaya dan sangat mahal. Di lain sisi muncul istilah *hard Mods* yang terdiri dari para pekerja buruh yang gaya berpakaianya disesuaikan dengan keadaan ekonomi mereka, dan bahkan menciptakan model pakaian baru. Dari istilah *hard Mods* inilah awal mulanya muncul *Skinhead*, sering dikenal dengan sebutan *Traditional Mods*

(*trad*) atau *Trojan Skinhead*. Tidak ketinggalan Parka dengan lambang target *Royal Air Force Militer Udara Inggris* yang merupakan identitas dari kaum *Mods* awal tahun 1960an yang digunakan untuk melindungi baju dan jas setelan mereka yang mahal dari kotoran dan hujan yang sering turun di Inggris. *Statement fashion* yang segala sesuatunya beralasan tidak hanya asal pakai. Jaket Harrington dengan motif Tartan di dalamnya pun tak ketinggalan menjadi ciri khas dari gerakan bawah tanah ini.

Potongan rambut kaum *Skinhead* yang sangat pendek dan mendekati botak dipilih karena alasan kepraktisan karena pada saat itu kebanyakan lapangan pekerjaan yang tersedia tidak memperbolehkan berambut panjang atau gondrong. Menurut beberapa sumber lain, mereka memotong rambut mereka menjadi pendek bahkan sampai botak untuk menghindari kutu yang banyak terdapat di pelabuhan. Bahkan potongan rambut pendek dipilih sebagai simbol perlawanan terhadap kaum *hippie* yang dianggap mewah dan sangat berkembang pada saat itu. Kaum *hippie* sendiri adalah komunitas pengendara motor besar dengan ciri-ciri berambut gondrong, berjenggot dan gemar mengonsumsi narkoba. Walaupun tidak dipungkiri bahwa Kaum *Mods* dan *Skinhead* juga beberapa dari mereka mengonsumsi narkoba seperti *Valium* atau dikenal dengan *Purple Hearts* dan *Mariyuana*.

Selain gaya rambut yang botak, kaum *Skinhead* juga dapat dikenali dengan topi sombrero-nya dan mengenakan kemeja atau kaos kerah, biasanya bermerek *Ben Sherman* atau *Fred Perry*. Atasan tersebut biasa dipadukan dengan sweater berleher huruf V (*V-neck sweater*) atau jaket pilot berbahan

kulit. Celana yang digunakan adalah celana *jeans* agak ketat dengan suspender dan mengenakan sepatu *boot* bertali khas pekerja merk *Doc. Martens* dengan lubang tali mulai dari 12 sampai 20 lubang.

Dandanan kaum *Skinhead* perempuan atau yang biasa disebut *Skingirls* tentu berbeda, dan yang jelas tidak berrambut pendek atau botak. Rambut para *Skingirls* hampir mirip bulu ayam, acak-acakan dan dicat berwarna-warni. Make up mereka lumayan tebal dengan aksesoris *eye shadow* hitam dan paduan jaket pilot, rok atau tetap celana *jeans* dengan sepatu *boot*. Tunggangan khas kaum *Skinhead* adalah skuter merk Vespa atau Lambretta, yang sekali lagi juga simbol perlawanan kepada kaum *hippie*. Namun jika melihat dari sejarahnya bahwa kaum *Hippie* di Inggris khususnya berasal dari kalangan *Mods* juga yang berpindah haluan dan identitasnya mengikuti ideologi dari *Hippies* dan kontra budaya yang lahir di Amerika dekade 1960an.

Kultur *Skinhead* di Inggris tidak hanya lahir di lingkungan intern pabrik atau pelabuhan, namun meluas ke wilayah fanatisme sepakbola. Seperti yang kita ketahui bahwa liga sepakbola di Inggris adalah salah satu yang terbesar di antara liga-liga lain di dunia. Suporternya, baik untuk klub maupun tim nasional juga salah satu yang paling fanatik di dunia, yang disebut hooligan. Hooligan terkenal dengan loyalitasnya kepada klub dan kasus kerusuhan yang dibuatnya di setiap pertandingan.

Kaum *Skinhead* di Inggris bisa dibilang adalah penggerak gelombang fanatisme suporter di Inggris. Tak ada *Skinhead* yang tidak suka sepakbola.

Setiap *Skinhead* memiliki klub sepakbola yang didukungnya dan selalu datang ke stadion di setiap pertandingan, apalagi pada pertandingan *derby* (pertandingan antara 2 klub sekota). Setiap ada pertandingan derby, kaum *Skinhead* selalu menjadi perhatian polisi anti huru-hara yang mengamankan pertandingan.

Bagi mereka, menonton bola adalah sebuah acara sakral seperti layaknya orang yang melakukan ibadah. Maka tak heran mereka memilih berdandan *Casual*, dengan *Jaket Stone Island* ber-*hoody*, syal dan topi Burberry, terkahir sepatu Adidas, Puma, Reebok sampai Nike. *Chants* atau Yel-yel mereka menginspirasi Musik Oi! Itu sendiri. Tidak ketinggalan Parka yang merupakan identitas dari kaum *Mods* awal tahun 1960an yang digunakan untuk melindungi baju dan jas setelan mereka yang mahal dari kotoran dan hujan yang sering turun di Inggris. *Statement fashion* yang segala sesuatunya beralasan tidak hanya asal pakai.

Kaum *Skinhead* tidak rasis dan buka gerakan neo-nazi. Untuk itu, mereka kemudian mendirikan organisasi-organisasi anti-rasis dan anti-fasis seperti ANTIFA (*Anti Fasist Action*), SHARP (*Skinhead Against Racial Prejudice*) yang didirikan pada tahun 1988 oleh Marcus Pacheco dan teman-temannya. Organisasi itu menunjukkan pula kemuakan kaum *Skinhead* terhadap rasisme dan fasisme. Karena perlu dicatat musik Ska sendiri berasal dari imigran Jamaika, yang berkulit hitam. Bahkan organisasi-organisasi anti-rasis dan anti-fasis pun menyebar luas sampai ke benua Asia, bahkan sampai

ke Indonesia. Walaupun tidak begitu terekspos. Perkembangan *Skinhead* pun disesuaikan dengan budaya masing-masing negara tersebut.

Sebenarnya, kaum *Skinhead* tidak terlibat dengan partai atau gerakan politik manapun di parlemen Inggris. Namun, pada tahun 1970-an komunitas *Skinhead* dimanfaatkan untuk tujuan politik tertentu oleh National Front. Pada saat itu, Inggris menerima kedatangan buruh imigran asal Asia seperti India dan Pakistan yang mau bekerja sekalipun dengan upah sangat rendah. Hal itu menimbulkan semacam ancaman bagi orang Inggris asli yang takut kehilangan lapangan pekerjaan. National Front pun memanfaatkan kaum *Skinhead* untuk mengangkat isu lapangan pekerjaan tersebut, apalagi dengan karakter kaum *Skinhead* yang dikenal keras.

Kaum *Skinhead* menggambarkan perlawanan terhadap kelas sosial yang berkembang ditengah kebudayaan monarki, bahwa semua manusia itu sama, tak memandang perbedaan fisik. Kaum *Skinhead* mengajarkan pada kita bahwa bahkan di masyarakat pekerja kasar pun masih ada keadilan yang harus diperjuangkan. Walaupun beberapa dari *Skinhead* memunculkan paham atau Ideologi baru, seperti *Bonehead* yang rasis-fasis, *Suedehead* yang lebih berambut kepalanya tidak plontos dan menitikberatkan ke *fashion* dari traditional *Skinhead* itu sendiri.

Mereka tidak sekedar menjadi penonton sejarah, namun juga sebagai penggerak roda zaman dan menjadi sejarah yang berpegang teguh pada prinsip dan setia memperjuangkan hak mereka sebagai manusia sutuhnya serta eksistensi mereka, meski kerap ditunggangi kepentingan praktis

penguasa dengan afiliasi- afiliasi politik. *Skinhead* akan terus hidup di tengah kompleksitas dan dinamika zaman dengan gaya mereka, musik dan fanatisme ala *Skinhead* Pejuang kaum pekerja.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Perilaku komunikasi adalah fokus penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan buku psikologi komunikasi dari Jalaluddin Rakhmat yang memiliki penjelasan mengenai perilaku komunikasi. Perilaku komunikasi yang dijabarkan oleh Jalaluddin Rakhmat memiliki banyak unsur, sehingga peneliti mendapatkan sub-fokus yang bisa digunakan dalam penelitian ini. Perilaku komunikasi membahas mengenai masalah verbal, nonverbal dan motif, sehingga ketiga unsure tersebut dipilih untuk dijadikan sub-fokus. Melalui kerangka teoritis ini, peneliti akan memberikan pemecahan pertanyaan yang timbul dari teori serta memberikan pemahaman akan masalah yang menjadi objek penelitian.

Peneliti berusaha mengungkapkan perilaku komunikasi dari komunitas *Skinhead*, bagaimana komunikasi verbal, nonverbal dan motif yang digunakan pada acara Jakarta *Mods Mayday*, sehingga peneliti bisa memecahkan pertanyaan yang ada dari teori yang digunakan.

Teori yang digunakan dalam penelitian akan terus berkembang sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian kualitatif perspektif emik dan bergerak dari fakta adalah hal yang sangat penting. Untuk

memperoleh hasil dari perilaku komunikasi komunitas *Skinhead Warriors* Jakarta, penelitian ini menggunakan subfokus verbal, nonverbal, dan motif.

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, menjelaskan tentang komunikasi verbal adalah simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. (Deddy Mulyana, 2005).

Menurut Larry L. Barker (dalam Mulyana, 2001 : 243) bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu :

1. Penamaan (naming atau labeling),
2. Interaksi dan
3. Transmisi informasi.

Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Manusia aktif menerima informasi orang lain setiap hari, sejak bangun tidur hingga tidur kembali. Baik secara langsung yang disebut fungsi transmisi, transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan.

Menurut Deddy Mulyana mengenai Nonverbal merupakan salah satu cara komunikasi yang tidak menggunakan suara dari mulut, namun bahasa

nonverbal ini menggunakan isyarat. Biasanya menggunakan gerak tubuh (body language), atau pun isyarat lainya. Kedua jenis cara berkomunikasi ini sangat saling membutuhkan, dimana ketika komunikasi verbal berlangsung maka dengan sendirinya bahasa nonverbal akan mengikuti. Dapat dikatakan juga bahasa nonverbal dapat mempertegas dan lebih menekankan makna pada bahasa verbal.

Mehrabian dalam Enjang AS (2009) menjelaskan tentang komunikasi nonverbal, bahwa:

“Istilah perilaku non verbal (*nonverbal behavior*), dapat diartikan secara sempit dan luas. Dalam arti sempit, perilaku nonverbal menunjuk pada reaksi atau tanggapan yang dibedakan dari berbahasa dengan memakai kata-kata. Misalnya ekspresi wajah, gerak tangan, isyarat tangan, sikap badan, anggukan kepala, berbagai gerakan tungkai dan tangan. Juga menunjuk pada gejala vokal yang menyertai kata-kata kekeliruan pada saat mengucapkan kata-kata, berbicara, saat diam, kecepatan berbicara, lama bicara, volume suara, intonasi dan nada bicara. Sedangkan dalam arti luas adalah berbagai cara membawa dan menampilkan diri, seperti : berjalan, duduk, berpakaian, menata rambut, penggunaan kosmetika dan perhiasan, menyentuh, sinkronasi antara bicara dan bergerak, perlengkapan kantor, perabot dalam rumah, hiasa ruang dan sebagainya.” (Enjang AS, 2009 : 152)

Motif adalah suatu hal yang mendasari terjadinya keinginan seseorang dalam melakukan suatu hal. Dalam kasus ini motif disini adalah dorongan untuk melakukan komunikasi atau dorongan dalam perilaku komunikasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan. Maksudnya adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikannya harus didasari dengan suatu alasan tentang mengapa komunikator melakukan atau berperilaku seperti itu.

Hal diatas pun diperkuat oleh adanya suatu pandangan dari interaksi simbolik dalam terminologinya yang dipikirkan oleh Mead terhadap perilaku komunikasi yaitu setiap isyarat non verbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti sangat penting. Dengan demikian interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman.

Asumsi tersebut sangat berhubungan dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini bahwa dengan demikian studi kasus akan memimpin peneliti pada latar belakang dan kondisi-kondisi dibalik sebuah pengalaman khususnya pada perilaku komunikasi Komunitas *Skinhead Warriors* Jakarta.

Interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Sementara itu tingkah laku terbentuk atau tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. (Kuswarno, 2013:114)

“Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.” (Ardianto, 2007:136)

Maka dengan adanya asumsi tersebut maka perilaku komunikasi yang dilakukan oleh manusia diproyeksikan melalui adanya proses pertukaran

simbol-simbol yang berujung pada penamaan suatu makna yang dimengertinya.

Secara ringkas, interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis berikut. Pertama, individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung dalam komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, selain dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial (Mulyana, 2006:71)

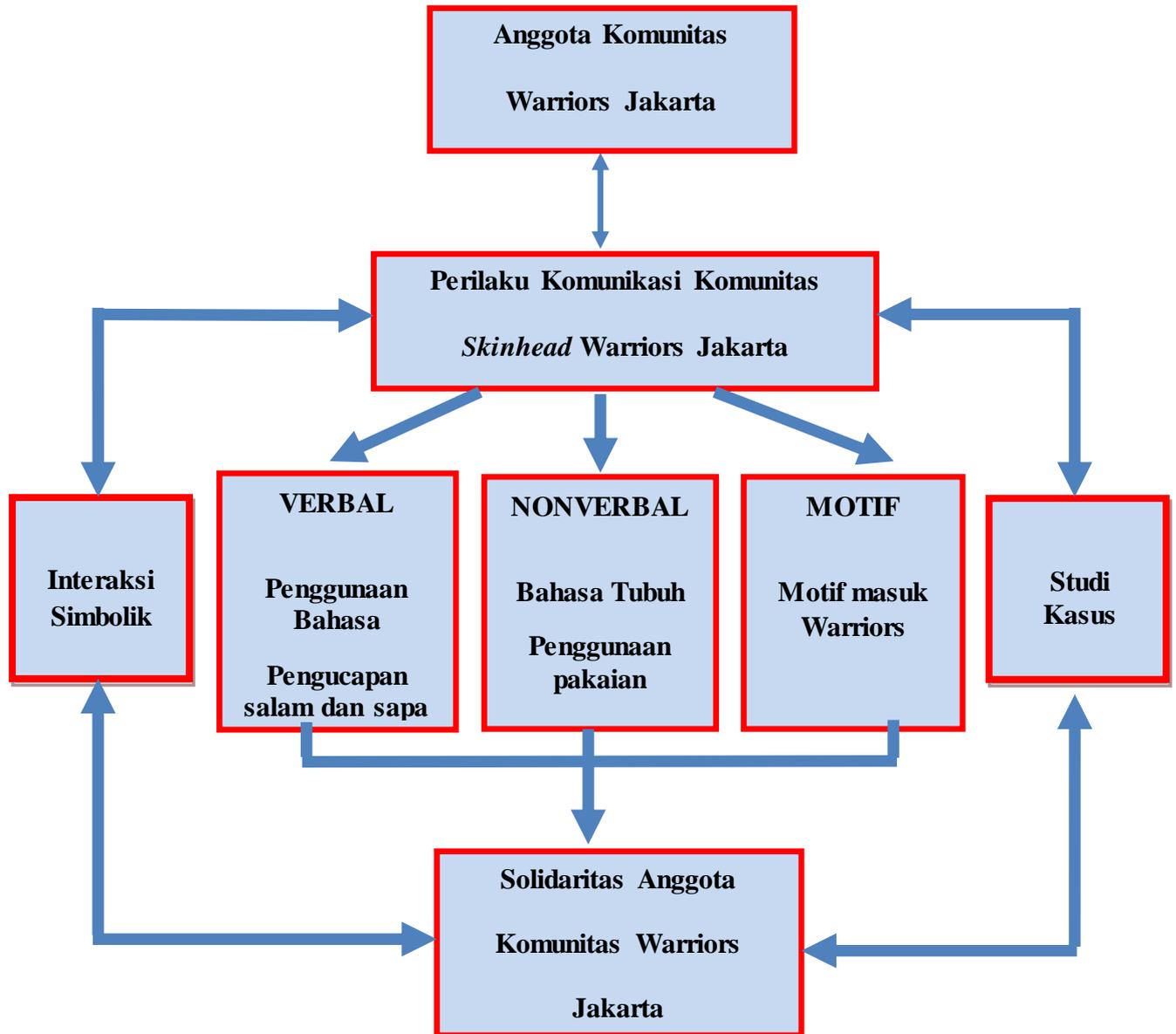
Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, peneliti menggambarkan dan menjelaskan mengenai perilaku komunikasi komunitas Warriors Jakarta pada pentas musik Jakarta *Mods Mayday* dalam meningkatkan solidaritas anggota. Perilaku komunikasi komunitas *Skinhead* Warriors Jakarta dibagi ke dalam tiga sub-fokus, yaitu perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal, perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi nonverbal, serta motif yang melatari perilaku tersebut.

Proses komunikasi verbal yang terjadi adalah ketika anggota komunitas Warriors bertemu satu sama lain atau pun ketika bertemu dengan non-anggota menggunakan bahasa lisan atau dengan kata-kata untuk bertegur sapa atau mengucapkan salam, sehingga orang lain merasa diakui keberadaannya. Selain itu, bahasa nonverbal biasanya didapatkan ketika

anggota Warriors menggunakan seragam *ala Skinhead* atau *Mods* untuk mengekspresikan diri mereka. Gerak tubuh pun menjadi suatu kebiasaan yang bisa terlihat dari anggota *Skinhead*, seperti mengusap kepala sendiri atau mengusap kepala orang lain ketika sedang berinteraksi.

Motif yang menjadi sub-fokus terakhir pun akan didapatkan ketika anggota Warriors hadir pada acara Jakarta *Mods Mayday*. Selalu ada alasan bagi mereka yang hadir pada acara tersebut. Selain itu, bagi mereka yang bukan atau belum menjadi anggota Warriors akan mengerti tujuan acara tersebut diselenggarakan. Untuk anggota Warriors sendiri, acara Jakarta *Mods Mayday* sendiri memiliki arti penting bagi hubungan antar anggota.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Peneliti**



Sumber: *Peneliti*, 2015