

## **BAB II**

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

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

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

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan untuk dapat saling melengkapi.

Adapun ringkasan penelitian-penelitian relevan yang dijadikan sumber referensi terkait kajian dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1

## Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penyusun/ Tahun	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial (Studi Fenomenologi Terkait Konstruksi Identitas Media Sosial Terhadap Mahasiswa Pengguna Media Sosial Di Surakarta)	Ratna Apriliasari Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2016	Perbedaan dari tinjauan penelitian terdahulu yang pertama dengan penelitian ini adalah pendekatan. Pendekatan penelitian terdahulu yaitu menggunakan kualitatif-studi fenomenologi. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan media yang kini digunakan bukan hanya sebatas untuk berinteraksi namun juga untuk mengkonstruksi identitas bagi penggunaannya. Media sosial merupakan media yang mampu digunakan untuk mengkonstruksi identitas melalui <i>public image</i> . Media sosial yang dipilih untuk mengkonstruksi identitas ialah Instagram dan Path
2	Konstruksi Identitas <i>Fashion Influencer</i> dalam foto <i>Fashion</i> Melalui Media Sosial Instagram Ayla Dimitri dan Rama Dicandra	Diyang Rizky Berlina Universitas Airlangga Tahun 2016	Perbedaan dari tinjauan penelitian terdahulu yang pertama dengan penelitian ini adalah terletak pada konstruksi diri yang dibangun, pada penelitian terdahulu mengenai konstruksi identitas <i>Fashion Influencer</i> dan penelitian ini meneliti mengenai konstruksi identitas Juru Kunci.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media untuk menginterpretasikan oleh <i>fashion influencer</i> melalui akun pribadi instagramnya adalah seseorang yang melalui pakaian yang digunakan mampu membentuk karakter dalam dirinya dan memiliki makna yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain yaitu <i>genderless fashion</i> . Serta seseorang yang erat kaitannya dan tidak pernah terlepas dari kesan <i>fashionable</i> , menghabiskan waktu luangnya untuk mendapatkan hiburan, dan terlibat dalam kegiatan.

3	Konstruksi Identitas Dahlan Iskan Dalam Manufacturing Hope Harian Jawa Pos	Ismail Marzuki UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2014	Perbedaan dari tinjauan penelitian terdahulu yang pertama dengan penelitian ini adalah pendekatan penelitian. Pendekatan penelitian terdahulu dengan menggunakan analisis wacana kritis, sedangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertimbangan Dahlan Iskan dalam menulis manufacturing hope didasarkan pada kesadaran dahlan Sebagai seorang menteri BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mempunyai tugas yang begitu luas jangkauannya dan juga membawahi begitu banyak perusahaan di bawah kementeriannya seta realitas yang terjadi negeri ini yang kebanyakan masyarakatnya masih berpikir negatif, pesimis dan ketidakpercayaan diri pada bangsa sendiri. Dalam tulisan Dahlan Iskan dalam Manufacturing Hope ia mengkonstruksi identitasnya sebagai sosok yang berani ambil resiko dan visioner yang kemudian ia mewacanakan dirinya sebagai pemimpin alternatif.
---	--	--	---	---

*Sumber : Peneliti, 2018*

### **1. Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial (Studi Fenomenologi Terkait Konstruksi Identitas Media Sosial Terhadap Mahasiswa Pengguna Media Sosial Di Surakarta)**

Penelitian ini dilakukan oleh Ratna Apriliasari Mahasiswi Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2016 dengan judul “Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial (Studi Fenomenologi Terkait Konstruksi Identitas Media Sosial Terhadap Mahasiswa Pengguna Media Sosial Di Surakarta)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif

dengan studi fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini untuk menggambarkan konstruksi identitas melalui media sosial yang terjadi di kalangan mahasiswa Kota Surakarta. Teori yang digunakan dalam menganalisa fenomena konstruksi identitas adalah teori Identitas yang dikemukakan oleh Richard Jenkins dan Drajat Tri Kartono..Metode yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode studi fenomenologi. Data didapatkan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling. Untuk menguji keabsahan data yang telah terkumpul, peneliti menggunakan teknik triangulasi data.

Dalam analisa data, peneliti menggunakan tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Dari penelitian ini, diperoleh hasil bahwa media sosial merupakan media yang kini digunakan bukan hanya sebatas untuk berinteraksi namun juga untuk mengkonstruksi identitas bagi penggunanya. Media sosial merupakan media yang mampu digunakan untuk mengkonstruksi identitas melalui public image. Media sosial yang dipilih dalam upaya mengkonstruksi identitas ialah Instagram dan Path. Dalam upaya mengkonstruksi identitas, tiap individu akan melakukan seleksi terhadap media apa yang digunakan dalam mengkonstruksi identitas. Simbol yang terdapat dalam media sosial Instagram dan Path juga digunakan dalam upaya mengkonstruksi identitas. Setelah melakukan seleksi terhadap media dan simbol yang digunakan, sebuah identitas akan mulai

dikonstruksi. Hasil dari sebuah upaya mengkonstruksi identitas bisa melahirkan sebuah prestige atau sebagai bentuk meninggikan identitas dibanding identitas lain. Prestige juga erat kaitannya dengan sebuah bentuk perlawanan dari individu yang merasa bahwa identitasnya tercederai. Identitas pula dapat melahirkan sebuah perbedaan dari satu identitas ke identitas lain. Hal ini adalah wujud demarkasi. Namun, terkadang dalam upaya konstruksi identitas, individu terkait hanya menginginkan adanya sebuah kesepahaman atau harmoni antara apa yang dia ingin tampilkan melalui media sosial dengan pemaknaan atas dirinya dari pihak luar.

Perbedaan dari tinjauan penelitian terdahulu yang pertama dengan penelitian ini adalah pendekatan. Pendekatan penelitian terdahulu yaitu menggunakan kualitatif-studi fenomenologi. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media untuk menginterpretasikan oleh *fashion influencer* melalui akun pribadi instagramnya adalah seseorang yang melalui pakaian yang digunakan mampu membentuk karakter dalam dirinya dan memiliki makna yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain yaitu *genderless fashion*. Serta seseorang yang erat kaitannya dan tidak pernah terlepas dari kesan *fashionable*, menghabiskan waktu luangnya untuk mendapatkan hiburan, dan terlibat dalam kegiatan.

## **2. Konstruksi Identitas *Fashion Influencer* dalam foto *Fashion* Melalui Media Sosial Instagram Ayla Dimitri dan Rama Dicandra**

Penelitian ini dilakukan oleh Diyang Rizky Berlina Mahasiswa Universitas Airlangga Tahun 2016 dengan judul “Konstruksi Identitas *Fashion Influencer* dalam foto *Fashion* Melalui Media Sosial Instagram Ayla Dimitri dan Rama Dicandra”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan identitas yang direpresentasikan oleh *Fashion Influencer* Indonesia dalam foto fashion melalui media sosial Instagram. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif dengan analisis semiotika dan dengan menginterpretasi data berupa foto pada akun pribadi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media untuk menginterpretasikan oleh *fashion influencer* melalui akun pribadi instagramnya adalah seseorang yang melalui pakaian yang digunakan mampu membentuk karakter dalam dirinya dan memiliki makna yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain yaitu *genderless fashion*. Serta seseorang yang erat kaitannya dan tidak pernah terlepas dari kesan *fashionable*, menghabiskan waktu luangnya untuk mendapatkan hiburan, dan terlibat dalam kegiatan. Perbedaan dari tinjauan penelitian terdahulu yang pertama dengan penelitian ini adalah terletak pada konstruksi diri yang dibangun, pada penelitian terdahulu mengenai konstruksi identitas *Fashion Influencer* dan penelitian ini meneliti mengenai konstruksi identitas Juru Kunci.

### **3. Konstruksi Identitas Dahlan Iskan Dalam Manufacturing Hope Harian Jawa Pos**

Penelitian ini dilakukan oleh Ismail Marzuki Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2014 dengan judul “Konstruksi Identitas Dahlan Iskan Dalam Manufacturing Hope Harian Jawa Pos”. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis dengan jenis penelitian analisis wacana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertimbangan Dahlan Iskan dalam menulis manufacturing hope didasarkan pada kesadaran dahlan Sebagai seorang menteri BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mempunyai tugas yang begitu luas jangkauannya dan juga membawahi begitu banyak perusahaan di bawah kementeriannya seta realitas yang terjadi negeri ini yang kebanyakan masyarakatnya masih berpikir negatif, pesimis dan ketidakpercayaan diri pada bangsa sendiri. Dalam tulisan Dahlan Iskan dalam Manufacturing Hope ia mengkonstruksi identitasnya sebagai sosok yang berani ambil resiko dan visioner yang kemudian ia mewacanakan dirinya sebagai pemimpin alternatif.

#### **2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi**

##### **2.1.2.1 Definisi Komunikasi**

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya

diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy:

1. Perubahan sikap (*Attitude Change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion Change*)
3. Perubahan Perilaku (*Behavior Change*)
4. Perubahan Sosial (*Social Change*) (Effendy, 2003:8)

Dari empat poin yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

Definisi komunikasi diungkapkan pula oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, komunikasi adalah:

“Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*communicate*)” (Hovland dalam Mulyana, 2010:68).

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu.

“Tidak diragukan bahwa orang berpikir, berbicara dengan dirinya sendiri, meskipun dalam diam membaca tulisannya sendiri dan mendengar suaranya sendiri melalui *tape*, tetapi itu bukan dengan sendirinya komunikasi, meskipun setiap komunikasi dengan orang lain dimulai dengan komunikasi dengan diri sendiri” (Mulyana, 2010:32).

### **2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi**

Menurut Harold Laswel dalam buku Deddy Mulyana bahwasannya ada 5 unsur dalam komunikasi:

#### **1. Sumber (*Source*).**

Sumber (*Source*) sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara.

#### **2. Pesan (*message*).**

Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (*source*). Menurut Rudolph F Verdeber, pesan terdiri dari komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk organisasi pesan.

#### **3. Saluran (*Channel*)**

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan, cara pesan dan cara penyajian pesan.

#### 4. **Penerima (*receiver*)**

Nama lainnya adalah destination, communicate, decoder, audience, listener, dan interpreter dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

#### 5. **Efek (*effect*)**

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (Mulyana, 2007 : 69 – 71). Poin – poin diatas bersumber pada statement Harold Laswell yaitu “cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan” who says what in which channel to whom with what effect?”.

### 2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

#### 1. **Menginformasikan (*to inform*)**

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain,serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain

#### 2. **Mendidik (*to educate*)**

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

### 3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

### 4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2004:8).

Sedangkan menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam Deddy Mulyana (2012:5) komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

William I Gorden dalam Deddy Mulyana (2012:30) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

#### a. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk

memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

b. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

c. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebaga *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara- acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-

perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa membaca kitab suci, naik haji, upacara-upacara wisuda, perayaan lebaran, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, ideologi, atau agama mereka.

d. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

#### 2.1.2.4 Bentuk Komunikasi

##### a. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal (*verbal communication*) merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan (*oral*) dan tulisan (*written*). Berbincang dengan orang, menelepon, berkirim surat, membacakan buku, melakukan presentasi diskusi, atau menonton televisi merupakan contoh komunikasi verbal. Hampir dari semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang-orang lain secara lisan.

Salah satu bentuk komunikasi verbal adalah bahasa, bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol – simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. (Mulyana, 2013:261).

Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami.

Sedangkan menurut Cansandra L. Book dalam Mulyana (2013:267) mengatakan bahwa setidaknya bahasa harus memiliki tiga fungsi, yaitu: Untuk mengenal dunia sekitar kita, berhubungan dengan orang lain, dan untuk menciptakan kohensi. Fungsi pertama, melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita. Mulai dari sejarah suatu bangsa yang ada pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.

Fungsi kedua bahasa memungkinkan individu bergaul dengan orang lain untuk kesenangan dan mempengaruhi individu lain untuk mencapai tujuannya. Melalui bahasa seseorang dapat mengendalikan lingkungannya, termasuk orang-orang di sekitarnya.

Sedangkan fungsi ketiga memungkinkan individu untuk hidup lebih teratur, saling memahami mengenai dirinya, kepercayaan-kepercayaan, dan tujuant-ujuanya. Seseorang tidak mungkin menjelaskan semua itu dengan menyusun kata-kata secara acak, melainkan berdasarkan aturan-aturan tertentu yang telah kita sepakati bersama.

#### b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal 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 Larry A Samovar dan Richard E. Porter mengartikan komunikasi non verbal sebagai berikut :

“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”. (Porter, Samovar dalam Mulyana, 2013:344).

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

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Knapp dalam Cangara, 2014:106)

Klasifikasi komunikasi nonverbal Menurut Larry A Samovar dan Richard E. Porter dalam buku Deddy Mulyana (2013:19) yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi*, mengelompokan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. **Pesan kinesik.** Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural dan pesan postural.
  - a. Pesan Fasial, menggunakan muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai peneliti menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemukaan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad.
  - b. Pesan Gestural, menunjukan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna. *Gesture* adalah gerak yang dihasilkan tubuh yang memiliki makna dan arti. Gerakan tersebut terdapat dalam pengajaran baik di dalam kelas maupun di luar kelas yang dilakukan oleh pengajar dan peserta didik.
  - c. Pesan Postural, *Posture* merupakan gambaran fisik manusia, seperti anatomi tubuh manusia. Dalam komunikasi nonverbal posture dapat membedakan seseorang seperti adat istiadat, suku, ras, tinggi badan, dan potongan rambut. Postural

Berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:

- a) *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif.
- b) *Power*, mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah.
- c) *Responsiveness*, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsive.

**2. Pesan proksemik**, disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain. Setiap orang, baik secara sadar atau tidak memiliki ruang pribadi yang bila dilanggar akan membuatnya tidak nyaman. Ruang pribadi identik dengan “wilayah tubuh”. Setiap orang selalu membawa ruang pribadi ini kemanapun pergi seperti ketika naik *lift*, kebanyakan orang hanya terdiam kaku berusaha tidak menyentuh orang lain. Manusia memiliki wilayah

atau zona dalam berkomunikasi, yang seolah-olah merupakan perluasan dari tubuhnya, jarak wilayahnya sebagai berikut:

- a) Zona Intim, zona yang dapat melakukan kontak fisik, dari jarak semua zona hanya zona inilah yang terpenting karena pada zona ini orang menjaganya karena milik pribadi. Hanya orang terdekat secara emosional yang dapat memasukinya seperti kekasih, orang tua, suami-istri, anak-anak, kerabat. Umumnya berjarak 15-46 cm (bersentuhan -18 inch)
- b) Zona Pribadi, jarak ini dilakukan seperti pada saat kita dipesta, acara kantor dan lainnya. umumnya berjarak 46cm-1,2 m (18 inch-4ft)
- c) Zona Sosial, zona ini berlaku pada orang yang belum dikenal secara baik atau bahkan asing, seperti pada saat ditoko yang berbicara dengan pelayan toko. Umumnya berjarak 1,2 – 3,6 m

**3. Pesan artifaktual**, diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk cita tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.

### 2.1.3 Komunikasi Intrapersonal

#### 2.1.3.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbesit dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi ke dua yaitu:

“Objek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah mendapat rangsangan dari pancaindra yang dimilikinya. Hasil kerja dari proses pemikiran tadi setelah dievaluasi pada gilirannya akan memberi pengaruh pada pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang. Dalam proses pengambilan keputusan, seringkali seseorang dihadapkan dengan pilihan Ya atau Tidak.” (Cangara, 2012:34)

Menurut Blake dan Haroldsen yang dikutip oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber, yaitu:

“Komunikasi intrapersonal adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. Bagaimana setiap orang mengomunikasikan dirinya atau berbicara pada dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan setiap orang dapat menjadi objek bagi dirinya sendiri melalui penggunaan simbol-simbol yang dikatakan seseorang kepada orang lain dapat memiliki arti yang sama bagi dirinya sendiri sebagaimana berarti bagi orang lain” (Blake dan Haroldsen dalam Nasrullah, 2012:9).

Komunikasi intrapersonal menurut Jalaludin Rahmat (2003:49) adalah “Bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan

menghasilkannya kembali”. Sedangkan Agus M. Hardjana (2003:47) mengatakan “Sebagai makhluk rohani, kita memiliki kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri. Kita dapat membuat pemisahan terhadap diri kita sebagai subjek dan objek. Karena itu kita dapat mengadakan komunikasi dengan diri sendiri.”

Dalam buku psikologi sebagai akar ilmu komunikasi karangan W. Nina Syam menyebutkan bawah proses komunikasi intrapersonal yang dilakukan meliputi:

#### 1) Sensasi

Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera dan tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual terutama berhubungan dengan kegiatan alat indra. Alat indra manusia dikategorikan menjadi :

- 1) Sumber informasi berasal dari dunia luar (eksternal), misalnya ekseptor (telinga/mata)
- 2) Sumber informasi berasal dari dalam (internal), misalnya interoseptor (peredaran darah).
- 3) Gerakan tubuh diindrai oleh proprioseptor (misalnya organ vestibular).

(Syam, 2012:2)

#### 2) Asosiasi

Asosiasi meliputi ruang lingkup pengetahuan dan pengalaman untuk menemukan dan memahami suatu kepribadian. Belajar adalah pembentukan asosiasi antara stimulus dan respons. Ada dua hukum menurut Thorndike yaitu hukum latihan (*law of exercise*) dan hukum akibat (*law of effect*).

### 1. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Dalil-dalil yang dikemukakan oleh Krecth dan Crutchfield diantaranya:

- a. Persepsi bersifat selektif secara fungsional.
- b. Medan perceptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti.
- c. Sifat-sifat perceptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan.
- d. Obyek atau peristiwa berdekatan dengan ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain. (Krecth dan Crutchfield dalam, Syam 2012:3-4)

### 2. Memori

Memori adalah stimuli yang telah diberi makna, direkam dan kemudian disimpan dalam otak manusia. Secara singkat, memori melewati tiga proses yaitu :

- a. Perekaman (*encoding*) yaitu pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkuit syaraf internal.
- b. Penyimpanan (*storage*) yang menentukan berapa lama informasi itu berada bersama kita, dalam bentuk apa dan dimana. Penyimpanan bisa dalam bentuk aktif atau pasif.
- c. Pemanggilan (*retrieval*) yang dalam bahasa sehari-hari disebut ‘mengingat kembali’ adalah menggunakan informasi yang disimpan.

Adapun jenis-jenis memori antara lain:

- a. Peningkatan (*recall*) Proses aktif untuk menghasilkan kembali fakta dan informasi secara verbatim (kata demi kata) tanpa petunjuk yang jelas.
- b. Pengenalan (*recognition*) agak sukar untuk mengingat kembali sejumlah kata; lebih mudah mengenalnya.
- c. Belajar lagi (*relearning*) menguasai kembali pelajaran yang sudah kita peroleh termasuk pekerjaan memori.
- d. Reintegrasi (*reintegration*) merekonstruksi seluruh masa lalu dari satu petunjuk kecil. (Syam, 2012:4-5)

### 3. Berpikir

Berpikir adalah kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), & menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*). Proses berpikir terbagi atas dua macam:

1. Berpikir autistik, yaitu dengan melamun, berfantasi, menghayal, dan *wishful thinking*. Dengan berpikir autistik, orang melarikan diri dari kenyataan dan melihat hidup sebagai gambar-gambar fantasi.
2. Berpikir realistik disebut juga nalar (*reasoning*), yaitu berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata. Menurut Floyr L.Ruch berpikir realistik ada tiga macam yaitu berpikir deduktif, induktif & evaluatif. (Syam, 2012:5)

## **2.1.4 Tinjauan Tentang Juru Kunci**

### **2.1.4.1 Pengertian Juru Kunci**

Profesi juru kunci adalah bersifat turun-temurun dan harus orang yang tahu persis sejarah dan filosofi tempat yang dijaganya . Berbeda dengan waris kerajaan yang jatuh pada anak sulung, jabatan juru kunci biasanya diwariskan pada anak laki-laki yang paling bungsu. Juru kunci adalah sebuah jabatan budaya yang biasanya tidak memiliki gaji atau pembayaran apapun, tetapi mereka memiliki kedudukan penting dan terhormat di kalangan masyarakat adat. Tugas dan filosofi juru kunci adalah mengunci semua rahasia buruk dan menjaga semua kebaikan supaya tetap terjalin hubungan serasi antara masyarakat,adat,dan alam lingkungan.

Abah Anom adalah seseorang yang dipercaya oleh masyarakat untuk menjadi Juru Kunci ke lima di Kampung Adat Cikondang. pada

awalnya Abah Anom adalah masyarakat biasa di Kampung Adat Cikondang, Abah Anom adalah anak ke empat dari ke lima bersaudara, awal mula Abah Anom bisa menjadi Juru Kunci di Kampung Adat Cikondang karena Abah Anom memiliki garis keturunan sebagai Juru Kunci Kampung Adat Cikondang. Kakak dari Abah Anom, Ua Idil adalah Juru Kunci ke empat di Kampung Adat Cikondang sebelum Abah Anom, begitulah garis keturunan Juru Kunci yang dimiliki oleh Abah Anom. Abah Anom diangkat sebagai Juru Kunci Kampung Adat Cikondang pada tahun 2011, setelah wafatnya kakak Abah Anom yaitu Ua Idil.

Seharusnya penerus profesi Juru Kunci di Kampung Adat Cikondang adalah keturunan dari Ua Idil, tetapi pada saat itu keturunan dari Ua Idil belum ada yang siap untuk meneruskan profesi Juru Kunci yang di Kampung Adat Cikondang. Berdasarkan kepercayaan masyarakat Kampung Adat Cikondang terhadap Abah Anom, dirinya mendapatkan persetujuan langsung dari masyarakat Kampung Adat Cikondang untuk menjadi Juru Kunci di Kampung tersebut.

### **2.1.5 Tinjauan Tentang Makna**

Makna adalah adalah hasil dari penandaan. Makna bukanlah konsep yang mutlak dan statis yang bisa ditemukan dalam kemasan pesan. Pemaknaan merupakan proses aktif. Makna merupakan hasil interaksi dinamis, makna secara historis ditempatkan dan mungkin akan berubah seiring dengan perjalanan waktu. Makna dan tanda adalah hal yang sangat

esensial dalam studi komunikasi. Secara sederhana hubungan antara komunikasi, dan makna dapat dilustrasikan sebagai berikut :

Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, individu akan membuat pesan, pesan-pesan itu, kemudian, mendorong kita untuk menciptakan makna untuk diri kita sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang kita buat untuk dalam pesan. Dalam mencari suatu makna dalam sebuah kegiatan, bahwa setiap kegiatan memiliki makna yang terkandung di dalamnya, terutama kegiatan bersifat sakral.

## **2.1.6 Tinjauan Tentang Konstruksi Identitas**

### **2.1.6.1 Pengertian Identitas**

Setiap individu sebagai seorang manusia tentu akan mencari tahu mengenai apa yang harus dilakukan. Bagaimana cara bertindak, dan ingin jadi seperti siapa. Setiap manusia pasti akan bertanya siapa dirinya untuk mengetahui identitas dirinya. Identitas bukanlah diartikan sebagai kumpulan sifat-sifat manusia akan tetapi identitas merupakan sebuah konteks biografinya (Barker, 2008: 175). Identitas adalah apa yang kita pikirkan tentang diri kita sebagai pribadi. Selain itu dia juga berpendapat jika identitas bukanlah sesuatu yang kita miliki, ataupun identitas atau benda yang bisa ditunjukkan, akan tetapi identitas adalah cara berfikir tentang diri kita sendiri, akan tetapi apa yang kita pikirkan mengenai diri kita sendiri dapat berubah dari satu situasi ke situasi lainnya, oleh sebab itu identitas sebagai

proyek. Maksudnya bahwa identitas merupakan sesuatu yang kita ciptakan, sesuatu yang selalu dalam proses, sesuatu gerak bergerak ketimbang kedatangan. Proyek identitas membentuk apa yang kita pikirkan tentang diri kita saat ini dari sudut situasi masa lalu dan masa kini kita, bersama dengan apa yang kita pikirkan dan kita inginkan, identitas dapat berubah dari waktu ke waktu (Barker, 2008:175).

Identitas merupakan kemampuan manusia untuk mengetahui “siapa itu siapa” dan “apa itu apa” (Jenkins, 2008:5), dengan menggunakan identitas maka manusia mampu mengetahui siapa dirinya, siapa orang lain, maupun orang lain mengetahui tentang siapa orang tersebut, seseorang mengetahui orang lain memikirkan dirinya, dan seterusnya. Saling memaknai merupakan proses identifikasi, bahwa identifikasi bukanlah sesuatu yang dimiliki, tetapi sesuatu yang dilakukan oleh seseorang (Ashton dalam Jenkins,2008: 5).

Pengidentifikasian diri memiliki pengaruh pada bagaimana seseorang mendefinisikan minatnya (Jenkins, 2008. 7). Bagaimana seseorang mendefinisikan minatnya memiliki pengaruh pada bagaimana orang lain mendefinisikan minat orang tersebut dan kepentingannya sendiri. Terkadang kepentingan tampak bertentangan dengan bagaimana seseorang teridentifikasi secara publik, individu atau kelompok. Kepentingan tersebut akan mengarahkan pada penilaian seseorang sehingga kepentingan tersebut menyebabkan seseorang didefinisikan berdasarkan cara orang lain.

Mengenai identitas diri tidak dapat terlepas dengan orang lain, baik itu “mirip dengan” atau “berbeda dari” ini adalah interaksi yang disebut “melihat kaca diri”. Ide semacam ini memiliki 3 imajinasi penampilan individu pada orang lain, imajinasi dari penilaian pada apa yang individu tersebut tampilkan dan perasaan diri seperti bangga atau malu yang bersumber pada pikiran orang lain.

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan jika identitas diri adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui siapa dirinya, siapa orang lain dan bagaimana seseorang mendefinisikan minat mereka.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian.

Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal (Sugiyono, 2017: 92).

Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

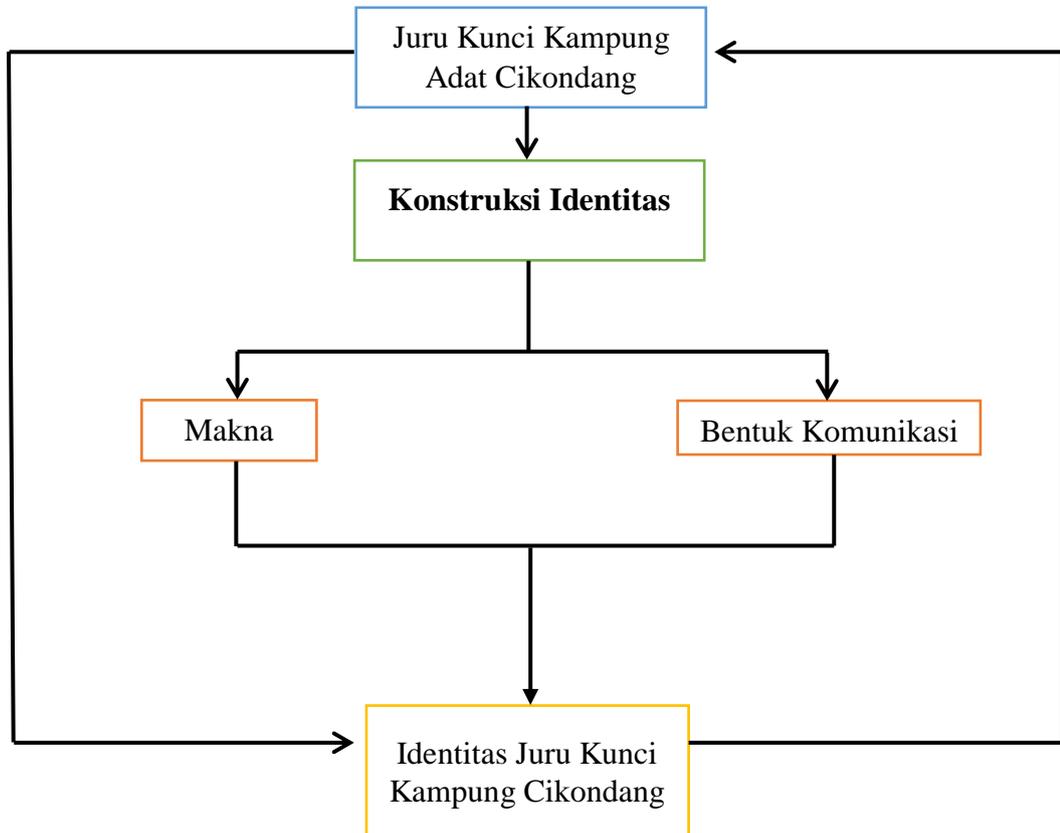
Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “Konstruksi Identitas Juru Kunci Kampung Adat Cikondang”.

Identitas merupakan sesuatu yang terdapat dalam diri seseorang yang bukan semata-mata melekat begitu saja pada diri seseorang tersebut, identitas juga merupakan suatu tahapan yang tanpa disadari selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Konsep yang digunakan dalam mendukung peneliti disini adalah tahapan pembentukan konstruksi identitas juru kunci Kampung Adat Cikondang.

Konstruksi identitas adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain (Barker, 2008: 172). Ada dua permasalahan

yang ingin peneliti lihat dari penelitian ini yang berjudul “Konstruksi Identitas juru Kunci Kampung Adat Cikondang”, diantaranya akan dijabarkan sebagai berikut.

1. **Makna**, berbagai kegiatan dari Juru Kunci Kampung Adat Cikondang yang memiliki makna tertentu, menjadikan sebuah Identitas bagi Juru Kunci tersebut dalam hal ini adalah Abah Anom.
2. **Bentuk Komunikasi**, bagaimana aspek komunikasi verbal dan non verbal dapat menjadikan sebuah identitas bagi Juru Kunci tersebut dalam hal ini adalah Abah Anom.

**Gambar 2.1****Kerangka Alur Pikir**

*Sumber : Peneliti, 2018*