

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang kita lalui untuk mendapatkan teori terdahulu. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan, dan analisis dokumen-dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto 2010: 37)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang saling menghargai berbagai perbedaan dan cara pandang mengenai subjek tertentu, sehingga jika terdapat perbedaan maupun kesamaan dalam penelitian ini adalah hal yang wajar karena untuk dapat melengkapi.

Adapun ringkasan penelitian yang di jadikan sumber referensi terkait dengan kajian dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Metodologi	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
1.	Paramudita Utami (Universitas Komputer Indonesia, 2014)	Perilaku Komunikasi Komunitas Hansamo Dengan Sesama Anggotanya	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian Paramudita Utami menunjukkan bahwa Perilaku komunikasi Komunitas Hansamo Dengan Sesama Anggotanya, komunitas tersebut sedikit meniru-niru apa yang dilakukan oleh artis-artis Korea yang mereka suka, baik itu dari cara berbicara dan berpakaian.	Perbedaan dengan penelitian dari peneliti adalah dari pembahasan makro, yaitu peneliti membahas perilaku komunikasi fans fanatik dari komunitas NCTZEN Bandung, sedangkan saudari Paramudita membahas tentang perilaku komunikasi anggota hansamo dengan sesama anggotanya.
2.	Indhina Saraswati (Universitas Padjajaran, 2014)	Pengalaman Para Fangirl Boygroup EXO Dalam Memaknai Fanatisme	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.	Hasil penelitian Indhina Saraswati menunjukkan bahwa fanatisme bukanlah hanya sekedar menggemari sesuatu, melainkan banyak hal yang digali dari hal tersebut.	Perbedaan dengan penelitian dari peneliti adalah dari pembahasan makro, yaitu peneliti membahas perilaku komunikasi fans fanatik dari komunitas NCTZEN Bandung, sedangkan saudari Indhina membahas tentang makna fangirl dari <i>boy group</i> EXO

3.	Rima Lady Helena (Universitas Telkom, 2015)	Fenomena Fanatisme Di Komunitas Runners Bandung	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.	Hasil penelitian Rima Lady Helena menunjukkan bahwa kelima informan menjadi fanatik dengan Running Man dan mulai memiliki perubahan diri sejak mengikuti Running Man dan masuk dalam komunitas Runners Bandung. Dan ada dua faktor yang membuat informan menjadi loyal, yaitu faktor kebutuhan pribadi dan kepuasan pribadi.	Perbedaan dengan penelitian dari peneliti adalah dari pembahasan makro, yaitu peneliti membahas perilaku komunikasi dari fans fanatik dari komunitas NCTZEN Bandung, sedangkan saudari Rima membahas tentang kefanatikan dari anggota runners yang merubah mereka menjadi loyal.
----	--	---	--	--	--

Sumber: Peneliti, Oktober 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama.

Dari penjelasan tersebut, maka komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia.

Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya kepada manusia-manusia bermasyarakat terjadinya komunikasi. Masyarakat tersebut terbentuk paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya.

Pengertian komunikasi menurut Carl I. Hovland yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikee). (Mulyana, 2015: 68).

Pengertian Komunikasi menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa

cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana (Mulyana, 2015: 69).

Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

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

(Mulyana, 2015: 69).

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

Selain itu menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, yang menjelaskan Komunikasi adalah proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2015: 69)

Definisi diatas kemudian dikembangkan kembali oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) dikutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Cangara, 2016: 22)

Rogers mencoba menspesialisasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya suatu perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi. (Cangara, 2016: 22)

Definisi-definisi tersebut hanyalah sebagian kecil yang menggambarkan maksud dari komunikasi itu sendiri. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949), bahwa 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. (Cangara, 2016: 23)

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Berbicara mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah:

1. Menginformasikan (*To Inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, idea tau 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 idea tau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapat informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*To Entertain*)

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

4. Mempengaruhi (*To Influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

(Effendy, 2006:36).

Dilihat dari fungsi dan keberadaannya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?*” (Effendy,2006: 10) yaitu :

1. Komunikator.

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara,2016: 99)

2. Pesan.

Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun nonverbal. (Cangara,2016: 27).

3. Media.

Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara,2016: 27)

4. Komunikan.

Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara,2016: 27)

5. Efek.

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara,2016: 147).

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Apapun yang dilakukan seseorang akan bermuara pada hasil akhir yang hendak dicapai. Jadi karena komunikasi yang dipahami sebagai suatu proses maka sudah barang tentu ada tujuan yang hendak dicapai. Guna memperoleh pemahaman tentang komunikasi, berikut ada beberapa pendapat pakar komunikasi mengenai tujuan komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

(Effendy, 2006: 55)

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. menurut Gordon I Zimmerman yang dikutip oleh Dedy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu:

“Kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang

penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2015: 4).”

Sedangkan menurut Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa:

“Komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.” (Mulyana, 2015 :5)

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*)

(Efendy, 2003 :8)

2.1.2.5 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, mengatakan ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan level, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi yang dari sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta yang paling banyak. (Mulyana, 2015: 80)

1. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi dengan diri sendiri adalah suatu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau komunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi terjadi karena seseorang seringkali terbawa dalam pikirannya sendiri akibat objek yang diamati terbentuk dalam pikirannya. (Mulyana, 2008: 80)

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih. (Mulyana, 2008: 81)

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang berlangsung antara tiga atau lebih secara bertatap muka atau menggunakan sebuah alat bantu. Kelompoknya pun dibagi menjadi dua yaitu kelompok besar atau kelompok kecil. (Mulyana, 2008: 82)

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yaitu tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). (Mulyana, 2008: 82)

5. Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, pesan dikirim dari berbagai sumber lembaga kepada khalayak yang bersifat massa melalui alat-alat mekanis seperti televisi, radio, surat kabar, atau film. (Mulyana, 2008: 83)

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Kelompok

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda. Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small-group communication*), jadi bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi. (Mulyana, 2008: 82).

Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh Rismawaty, dkk. dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World of Communications*) memberikan Batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri,

atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Rismawaty, dkk. 2014: 182)

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut menurut Michael Burgoon yang di sadur oleh Pratikto ada empat fungsi diantaranya mencakup :

1. Hubungan Sosial, merupakan suatu bentuk interaksi yang dibangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal dengan satu sama lainnya. Sehingga kelompok mampu membangun hubungan sosial secara internal dan eksternal.
2. Pendidikan, memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan agar membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.
3. Persuasif, dengan cara berkomunikasi kelompok harus mengandung persuasif atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Serta memberikan komunikasi persuasif untuk memberikan pendapat dan argument dari komunikator.
4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan.

(Rakhmat, 2008:67)

Dari beberapa fungsi diatas maka komunikasi kelompok memberikan pemahaman bahwa dalam komunikasi kelompok harus memiliki hubungan sosial, pendidikan, persuasif, dan pemecahan masalah. Sehingga, mengikat anggotanya secara emosional ketika suatu anggota tersebut berada dalam suatu kelompok.

2.1.3.3 Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

Berdasarkan buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World of Communication*) oleh Rismawaty dkk (2014: 191), ada 3 macam pengaruh kelompok, yaitu konformitas, fasilitasi sosial, dan polarisasi.

1. Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok – yang real atau yang dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

2. Fasilitasi Sosial

Fasilitasi menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga terasa menjadi lebih “mudah”.

3. Polarisasi

Polarisasi -menurut sebagian para ahli- boleh jadi disebabkan pada proporsi argumentasi yang menyokong sikap atau tindakan tertentu. polarisasi mengandung beberapa implikasi negative. Pertama, kecenderungan ke arah ekstremisme, menyebabkan peserta komunikasi menjadi lebih jauh dari dunia nyata. Gejala ini disebut Irving Janis sebagai *groupthink*. Kedua, polarisasi akan mendorong ekstremisme dalam kelompok gerakan sosial atau politik. Kelompok seperti ini biasanya menarik anggota-anggotanya yang memiliki pandangan yang sama. Ketika mereka berdiskusi, pandangan yang sama ini makin dipertegas sehingga mereka makin yakin akan kebenarannya.

(Rismawaty dkk (2014: 191)

2.1.4 Tinjauan Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi adalah tindakan dalam berkomunikasi, serta tindakan dalam komunikasi meliputi tindakan verbal dan tindakan nonverbal, atau yang lebih dikenal dengan perilaku komunikasi verbal dan perilaku komunikasi nonverbal bahwa pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. (Kuswarno, 2013: 103)

Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan terhadap rangsangan, karena rangsangan mempengaruhi perilaku. 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 yang mana harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri. (Kuswarno, 2013: 103).

Perilaku komunikasi dapat diamati dengan melalui suatu kegiatan atau kebiasaan komunikasi seseorang. Pengertian suatu perilaku komunikasi tidak akan lepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku biasanya bertujuan pada perilaku atau kebiasaan seseorang yang pada umumnya termotivasi oleh keinginan yang dapat memperoleh tujuan tertentu, kebutuhan informasi atau yang akan menggerakkan seseorang secara aktif.⁸

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal (bahasa). Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa kode atau simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. (Cangara, 2016: 113)

Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Ketiga fungsi itu adalah:

1. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita.
2. Untuk membina hubungan yang baik di antara sesama manusia.
3. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

(Cangara, 2016: 113)

Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya *Komunikasi Antarmanusia* mendefinisikan simbol atau pesan verbal sebagai berikut:

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

2.1.5.2 Unsur-unsur Komunikasi Verbal

Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, diantaranya:

1. Bahasa

Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa verbal, baik itu lisan, tertulis pada kertas atau elektronik. Bahasa suatu bangsa

atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain. (Hardjana, 2003: 23).

2. Kata

Kata merupakan inti lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal, yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang. (Hardjana, 2003: 24).

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal

2.1.6.1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan. (Hardjana, 2003: 26).

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter dalam bukunya

Deddy Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menyatakan bahwa

“komunikasi nonverbal 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; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain.” (Mulyana, 2008: 343).

2.1.6.2 Unsur-unsur Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal dapat berupa sebagai berikut:

1. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh yang berupa raut wajah, gerak kepala, gerak tangan, gerak-gerak tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi hati, isi pikiran, kehendak, dan sikap orang.

2. Tanda

Dalam komunikasi nonverbal tanda mengganti kata-kata, misalnya bendera, rambu-rambu lalu lintas darat, laut, udara; aba-aba dalam olahraga.

3. Tindakan/Perbuatan

Ini sebenarnya tidak khusus dimaksudkan mengganti kata-kata, tetapi dapat menghantarkan makna. misalnya, menggebrak meja dalam pembicaraan, menutup pintu keras-keras pada waktu meninggalkan rumah, menekan gas mobil kuat-kuat. Semua itu mengandung makna tersendiri.

4. Objek

Objek sebagai bentuk komunikasi nonverbal juga tidak mengganti kata, tetapi dapat menyampaikan arti tertentu. misalnya, pakaian, aksesoris dandan, perabot rumah, harta benda, kendaraan, hadiah.

(Hardjana, 2003:27).

2.1.7 Tinjauan Tentang Motif

Motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu. (Kuswrsno, 2013:192).

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

Maka dari itu dapat dikatakan bahwa motif terdapat fase histori, dimana ada masa lalu dan masa depan, sehingga dapat bertindak dengan apapun yang dilakukan oleh seseorang baik di masa lalu maupun masa yang akan yang dilatari oleh adanya motif.

2.1.8 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Orang tergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam bahasa, yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas. (West-Turner, 2009: 98).

Dalam konteks komunikasi kelompok, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu, bukan sekedar tindakan luar yang terlihat. (Kuswarno, 2009: 114).

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan

makna bersama. Sesuai dengan pemikiran-pemikiran Mead, definisi singkat dari tiga ide dasar dari interaksi simbolik adalah:

“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.” (Mulyana 2008:136)

2.1.9 Tinjauan Tentang Fanatisme

Fanatisme adalah suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, yang positif atau yang negatif, pandangan yang tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah. “Fanatisme biasanya tidak rasional atau keyakinan seseorang yang terlalu kuat dan kurang menggunakan akal budi sehingga tidak menerima faham yang lain dan bertujuan untuk mengejar sesuatu. Adanya fanatisme dapat menimbulkan perilaku agresi dan sekaligus memperkuat keadaan individu yang mengalami deindividuasi untuk lebih tidak terkontrol perilakunya⁹.

Fanatisme dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang tidak jarang dapat menimbulkan perilaku agresi. Individu yang fanatik akan cenderung kurang memperhatikan kesadaran sehingga seringkali perilakunya kurang terkontrol dan tidak rasional.

Secara psikologis seseorang yang fanatis biasanya sudah tidak lagi berpikir tentang kesadaran dirinya, bahkan terobsesi dan lebih mengkonfirmasi sikap, tindak-tanduk, gaya kepada objek yang dimaksudkannya.

2.1.10 Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan.

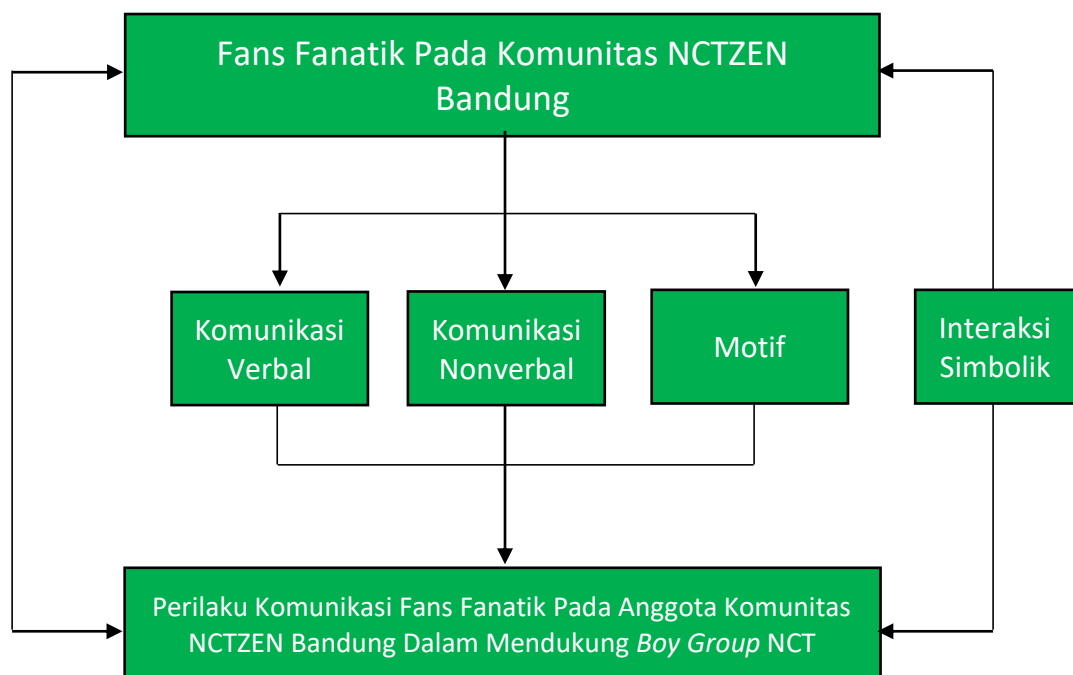
Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk - bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, dan bahasa, dan masing - masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut. (Rakhmat, 2008)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan ringkasan alur pemikiran dari peneliti atau pemikiran dari penelitian secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan masalah yang diteliti. Dimana alur pikir peneliti sebagai dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang penelitian ini.

Didalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi fans fanatik pada anggota komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boy group* NCT. Selanjutnya, untuk memperoleh hasilnya maka peneliti mengambil sub fokus komunikasi verbal, nonverbal, dan motif. Peneliti menggunakan buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dari Deddy Mulyana yang menjelaskan mengenai komunikasi yang memiliki banyak unsur, sehingga peneliti mendapatkan sub fokus diatas.

2.2.1 Alur Pikir Peneliti



Sumber: Peneliti, Februari 2019

Berdasarkan alur pikir peneliti tersebut, peneliti ingin menggambarkan dan menjelaskan mengenai perilaku komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boy group* NCT, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan motif mereka dalam mendukung *boy group* NCT.

Penelitian mencoba mendeskripsikan langkah-langkah dan tahapan sebuah perilaku komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dengan menggunakan studi deskriptif.

Perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Perilaku komunikasi sendiri yaitu tindakan atau perilaku komunikasi baik itu verbal ataupun nonverbal yang ada pada tingkah laku seseorang. Perilaku biasanya bertujuan pada perilaku atau kebiasaan seseorang yang pada umumnya termotivasi oleh keinginan yang dapat memperoleh tujuan tertentu, kebutuhan informasi atau yang akan menggerakkan seseorang secara aktif.

Perilaku komunikasi terbentuk karena adanya interaksi baik secara verbal maupun nonverbal dan diperkuat dengan adanya motif. Verbal mencakup bahasa yang di utarakan atau lisan dan tulisan, bahasa, kode dan lain sebagainya. Sedangkan nonverbal mengacu pada ciri paralinguistik seperti bahasa tubuh, tanda, tindakan/perbuatan, dan objek. Dan motif dipengaruhi mencakup masa lalu atau masa yang akan datang, sehingga akan diketahui aspek-aspek yang membentuk seorang fans fanatik mendukung idolanya.

Hal diatas pun diperkuat oleh adanya suatu pandangan dari interaksi simbolik dalam terminologinya yang dipikirkan oleh Mead terhadap perilaku komunikasi yaitu setiap isyarat nonverbal 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.

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. (Mulyana 2008:136)

Perspektif interaksi simbolik memunculkan bahwa makna dan tindakan itu sesungguhnya saling mempengaruhi dan proses interpretif yang terjadi di dalamnya melibatkan pertukaran makna, suatu transaksi dimana sebab dan akibat tidak dapat dibedakan. Manusia bertindak dengan mempertimbangkan segala hal yang diamati dan mengarahkan perilakunya pada suatu perbuatan sebagaimana yang ia interpretasikan.

Menurut pandangan interaksi simbolik, manusia dipandang sebagai pelaku, pelaksana, pencipta, dan pengarah bagi dirinya sendiri. Manusia adalah makhluk yang memiliki jiwa dan semangat bebas dilihat dari kualitas manusia yang tercipta secara sosial. Tindakan tidak selalu diarahkan pada diri sendiri, namun juga ada alternatif-alternatif lain, seperti emosi, luapan perasaan, dan kebiasaan - kebiasaan lain. Hal ini membawa kita pada respons yang dilakukan tanpa berpikir, tanpa pemecahan masalah, tanpa mempertimbangkan masa lalu dan masa depan, dan tanpa pengambilan peran yang ditetapkan secara baku.

Interaksi Simbolik adalah interaksi yang memunculkan makna khusus dan menimbulkan interpretasi atau penafsiran. Sementara menurut Mead, esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. (Mulyana, 2015: 68).

Melalui interaksi simbolik dapat menunjukkan kemampuan fans fanatik pada anggota Komunitas NCTZEN Bandung untuk dapat merespon simbol-simbol kepada dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya. Hal ini akan menunjukkan bagaimana seorang fans fanatik dari *boygroup* NCT dapat memahami dirinya sendiri. Maka, seorang fans fanatik dituntut untuk memahami dan memaknai simbol yang ada sehingga ia mampu berperilaku di lingkungannya.

⁷https://www.academia.edu/23112955/MAKALAH_PSIKOLOGI_KONSEP_PERILAKU_MANUSIA diakses pada 21 Oktober 2018 21.00 wib

⁸https://www.academia.edu/23112955/MAKALAH_PSIKOLOGI_KONSEP_PERILAKU_MANUSIA diakses pada 21 Oktober 2018 21.00 wib

⁹ <https://www.kompasiana.com/budimanibnu/552b32fd6ea8343b0f552d10/mengupas-fanatisme> (published on Dec 27, 2013) diakses pada 19 Oktober 2018 12.06 wib

¹⁰https://www.psikoterapis.com/?en_apa-itu-fanatisme-,72 diakses pada 19 Oktober 2018 12.06 wib