

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Tujuan memilah – milah penelitian terdahulu yang relevan, adalah untuk dijadikan landasan dasar penelitian peneliti, sebagai bahan pengembangan, serta referensi – referensi, agar data yang terkumpul dapat digunakan oleh peneliti untuk penelitian yang dilakukan. Berikut penelitian terdahulu yang relevan, yang peneliti jadikan sebagai acuan, yaitu:

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Citra Abadi (Universitas Komputer Indonesia), 2013	Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Kalangan Sosialita di Kota Bandung)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan paradigma konstruksivisme.	Secara keseluruhan, para kalangan sosialita memiliki makna sosialita yang berbeda begi setiap perlakunya	<i>Lifestyle</i> eksistensi, Objek penelitian berbeda.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Intan Nurcholis (Universitas Komputer Indonesia), 2018	Kontruksi Makna Cantik Bagi Penyiar Radio Ardan 105.9 FM Bandung	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan paradigma kontruksivisme.	Kriteria cantik bagi Radia Ardan 105.9 FM dalam mencari penyiarnya adalah hal diutamakan.	<i>Lifestyle</i> eksistensi, Objek penelitian berbeda.
Hadi Syah Pradana (Universitas Komputer Indonesia), 2012	Eksistensi Diri Kaum Waria Di Kota Bandung Dalam Mengisi Kehidupannya	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Dalam kesehariannya para waria di Kota Bandung mengisi kehidupannya dengan berbagai macam aktivitas, yang menunjang kehidupan para waria	<i>Lifestyle</i> eksistensi, Objek penelitian berbeda.

(Sumber: Peneliti,2018)

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial secara alamiah pasti berpotensi dalam berkomunikasi. Pada saat manusia diam pun termasuk melakukan komunikasi dengan mengandalkan perasaannya. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh

manusia pasti membutuhkan komunikasi. Komunikasi menjadi kebutuhan pokok bagi manusia, karena dalam kesehariannya manusia berinteraksi terhadap manusia dan lingkungan sekitarnya.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu sosial terapan dan bukan termasuk ilmu sosial murni karena ilmu sosial tidak bersifat absolut melainkan dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan jaman. Hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak dan perilaku manusia, sedangkan perilaku dan tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan maupun perkembangan jaman.

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaa atau membangun kebersamaan antara dua orang lebih. Akar katanya *communis* adalah *comunico*, yang artinya berbagi (Stuart dalam Rismawaty, 2014: 65). dalam konteks ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan.(Suwardi dalam Rismawaty, 2014:65).

Tidak ada pengertian komunikasi yang benar ataupun salah, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Terkadang beberapa pengertian tentang komunikasi terlalu sempit, seperti komunikasi adalah “penyampaian pesan”, ataupun terlalu luas, seperti “komunikasi adalah proses interaksi antara dua makhluk”, sehingga pelaku komunikasi tersebut dapat termasuk hewan, tumbuhan bahkan jin. Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken, setidaknya tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana, dalam Rismawaty, 2014:66)

Everett M. Rogers yang mengatakan:

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Mulyana, 2002:62).

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian . Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah.

Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan. (Rohim, 2009:10)

Dari pengertian komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses interaksi antara 2 orang atau lebih, dengan pertukaran pesan, dan informasi baik secara langsung ataupun tidak langsung, untuk memperoleh pemahaman atau makna yang sama diantar mereka.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi itu sendiri dalam buku Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi milik Onong Uchjana Effendy (2003 : 55) adalah sebagai berikut :

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

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan menyatakan tujuan komunikasi sebagai berikut :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja. Apakah

kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (Effendy, 2003: 11)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

William I. Gorden mengungkapkan empat kerangka fungsi komunikasi, yaitu :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Dalam fungsi komunikasi sosial menunjukkan bahwa komunikasi penting untuk :

- a. Membangun konsep diri
 - b. Eksistensi dan aktualisasi diri
 - c. Kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan mencapai kebahagiaan.
- (William I. Gorden dalam Riswandi, 2009:13)

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan secara sendiri dan kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen-instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan – perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan – pesan non verbal. Misalnya, perasaan marah, sayang, benci, takut, sedih, atau simpati, dapat dikomunikasikan melalui perilaku non-verbal. (Riswandi, 2009:18)

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropologi sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara tujuh bulan, kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, pernikahan, naik haji ke Mekkah, dan sebagainya. (Riswandi, 2009:19)

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi Instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu :

- a. Menginformasikan
- b. Mengajar
- c. Mendorong
- d. Mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku
- e. Menggerakkan tindakan
- f. Menghibur (Riswandi, 2009:21)

Semua tujuan tersebut dapat dikelompokkan membujuk atau bersifat persuasive. Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (Riswandi, 2009:21)

2.1.2.4 Proses Komunikasi

1. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Effendy, 2011:11)

Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik, tetapi kial ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (verbal symbol) sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa disebut lambang nirverbal (non verbal symbol).

Lambang dan isyarat merupakan alat bantu kedua selain bahasa untuk membantu terjadinya komunikasi. Media yang digunakan dalam komunikasi primer adalah bahasa, namun tidak semua orang menggunakan dan mengutarakan perasaannya melalui bahasa dengan lengkap dan tepat karena dalam berbahasa ada pula makna yang tidak semua orang mengerti. Untuk itu dengan adanya bahasa isyarat,

simbol, kiasan dan gambar sangat membantu bagi siapapun yang tidak dapat menggunakan bahasa dengan baik.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi selanjutnya adalah proses komunikasi secara sekunder. Seperti yang ditulis oleh Effendy dalam buku Ilmu, Teori Dan Filosofat Komunikasi, bahwa : Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2011 : 38)

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Telepon, surat, fax, surat kabar, radio, televisi, bahkan sekarang ini internet jauh lebih praktis dibandingkan surat dan fax karena dalam cara bekerjanya pun internet lebih cepat menyampaikan pesan kepada komunikan. Oleh karena itu media yang telah disebutkan diatas menjadi media kedua yang sering digunakan dalam hal berkomunikasi.

Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif karena didukung dengan kemajuan teknologi yang semakin hari semakin canggih yang dalam kurun waktu sebentar sudah dapat membantu orang untuk berkomunikasi dengan orang lain di tempat yang berbeda.

2.1.2.5 Unsur – Unsur Komunikasi

Harold Laswell menjelaskan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *who says what in which channel to whom with what effect?* Atau Siapa mengatakan Apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Laswell dalam Mulyana, 2010:69)

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

2.1.2.6 Komunikator dan Komunikan (*Communicator and Communicant*)

Komunikator dan komunikan merupakan unsur terpenting dalam proses komunikasi. Karena komunikator adalah sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

Hafied Cangara dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" mengatakan bahwa:

"Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga" (Cangara, 2014:23).

Begitu pula dengan komunikator atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

2.1.2.7 Pesan (*Message*)

Pesan dalam Inggris disebut *message*, *content*, atau *information*, salah satu unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri, Effendy menjelaskan bahwa:

”Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (the content) lambing (symbol). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan” (Effendy, 2003:11).

2.1.2.8 Media (*Media*)

Media massa dalam proses komunikasinya merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima (komunikator ke komunikan). Media yang digunakan dalam proses komunikasi ini bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu panca indera, selain itu :
 “Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.” (Cangara 2004:24)

Cangara menjelaskan lebih jelas lagi dalam konteks komunikasi massa media bahwa :

“Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarkannya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak

seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio cassette, dan sebagainya.” (Cangara, 2004:24)

2.1.2.9 Efek (*Effect*)

Dalam komunikasi selalu memiliki efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Pada setiap kegiatan komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama, seseorang akan memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis sesuatu, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua, akan memperoleh sika baru atau seseorang data mengubah sikap, keyakinan, emosi, dan perasaan. Ketiga, memperoleh cara – cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain juga perilaku verbal dan nonverbal yang patut, ini adalah dampak atau efek psikomotorik. (Devito, dalam Rismawaty 2014:126)

2.1.3 Tinjauan Tentang *New Media*

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan. Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lainnya. Sedangkan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keberanian, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati seseorang. Pada era modern seperti sekarang komunikasi massa yang paling populer adalah komunikasi massa melalui media internet atau yang sering kita sebut dengan online media.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. *New media* atau media baru merupakan sarana perantara yang baru dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Bentuknya beragam mulai dari web, blog, online social network, dan online forum.

Kehadiran media baru tak lepas dari prediksi McLuhan yang mengatakan dunia akan menjadi satu desa global (*global village*) dimana produk-produk yang ada akan menjadi cita rasa semua orang. Global Village menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu dan tempat yang jelas. Informasi dapat berpindah dari satu tempat ke belahan dunia lain dalam waktu yang sangat singkat. Global Village adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi di mana dunia dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar. McLuhan memperkenalkan konsep ini pada awal tahun 60-an dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media: Extension of A Man*. (dalam Kriyantono, 2007:56)

Manuel Castells mengatakan, bahwa bukanlah sebuah 'desa' yang dikatakan seragam, melainkan masyarakat dalam jaringan global yang saling terhubung lewat New Media, Network society. Menurutnya, media tidak lagi merupakan Media Massa melainkan menjadi media jaringan, atau jaringan interaktif multimedia, yang akan menjadikan komunikasi dunia suatu jaring-jaring raksasa, suatu dunia yang saling terhubung.

Teori Castells tentang *network society* adalah sebuah bentuk jaringan yang mewakili morfologi sosial baru sebuah masyarakat dan penyebaran logika networking secara substansial memodifikasi operasi dan hasil di dalam proses produksi, pengalaman, kekuasaan, dan budaya. Menurut Feldman, *New Media* memiliki lima karakteristik, yaitu :

1. **Mudah dimanipulasi**, hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.
2. **Bersifat *networkable***, artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah disharedan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia.
3. **Bersifat *compressible***, konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan men-sharenya kepada orang lain.
4. **Padat**, dimana kita hanya membutuhkan space yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Sebagai contoh, kita hanya memerlukan satu PC yang terkoneksi dengan jaringan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia dalam PC tersebut.

5. Imparsial, konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Karena itulah media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis.

Dari definisi – definisi di tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang heterogen dan anonym melalui media cetak atau elektronik secara serentak, terbuka, dan sekilas. Bahkan pada era kekinian, media massa bertambah dengan munculnya media sosial dengan berbagai ragam jenisnya, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *website*, *Line*, dan *Youtube*.

2.1.3.1 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bagian dari *new media*. Media sosial dan internet merupakan kemajuan inovasi teknologi informasi komunikasi (TIK) yang mengubah wajah media secara fundamental, dari komunikasi satu arah (yang hanya menyampaikan berita dan informasi) menjadi interaksi dua arah (dimana pengguna dapat berinteraksi dengan penyedia informasi, atau antar pengguna). Oleh karena itu, media sosial menjadikan penggunanya terlibat aktif dalam meniptakan dan menyebarkan informasi.

Media sosial adalah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh

masyarakat di seluruh dunia. (Hikmat, 2017:40) Sementara itu, media sosial sendiri memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan media lain. Adapun karakteristik tersebut menurut Ruli Nasrullah dalam buku media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi yaitu: (Nasrullah, 2015:16)

1. Jejaring (*Network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan yang membentuk struktur sosial dalam media sosial. Sebagaimana yang dikatakan oleh Castell, bahwa struktur sosial yang terbentuk di internet berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*server*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam dan tablet.

2. Informasi

Infomasi menjadi hal penting dalam media sosial. Ini dikarenakan pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitas, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh yang diproduksi dan didistribusikan oleh pengguna. Dari kegiatan konsumsi ini lah tercipta masyarakat berjaring (*network society*).

3. Arsip

Media sosial memungkinkan seseorang melakukan persiapan pada konten yang diunggahnya. Informasi yang tersimpan dalam media sosial dapat diakses kapanpun. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu juga telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengarsipan ini layaknya gudang data yang dapat dimasuki oleh siapapun dalam media sosial.

4. Interaksi

Jaringan yang terbentuk dalam media sosial memungkinkan adanya interaksi antar pengguna media sosial. Interaksi dalam media sosial menjadi pemberda antara media lama dan media baru. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata dan mana yang tidak.

5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Interaksi yang ada dalam media sosial memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan teknologi berbeda sama sekali dengan kenyataan. Identitas seseorang bisa dirubah-rubah dalam media sosial yang memungkinkan siapa saja bisa dirubah-rubah dalam

media sosial yang memungkinkan siapa saja bisa menjadi siapapun, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas, jenis kelamin, dan lain-lain. Kondisi seperti itu disebut Jean Baudrillard sebagai simulasi. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas itu sendiri, bahkan apa yang media lebih nyata (*real*) dari realitas tersebut.

6. Konten oleh Pengguna

Media sosial memiliki karakter konten oleh pengguna atau disebut dengan *User Generated Content* (UGC) yang menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Konten itu sendiri berupa teks yang ditulis, foto, video, suara, dan sebagainya yang disebarluaskan di media sosial. Oleh karena itu, perkembangan media sosial saat ini seringkali dipahami sebagai bentuk perkembangan hiperrealitas.

2.1.3.2 Instagram

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya.

Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet.

Instagram merupakan suatu aplikasi berbasis Android untuk *Smartphone*. Pada umumnya orang-orang menggunakan Instagram untuk membagikan foto maupun video. Prinsip yang satu ini memang cenderung berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya yang lebih menekankan pada penggunaan kata-kata atau status untuk dibagikan kepada publik.

Sama halnya seperti aplikasi media sosial lain, pada Instagram ini anda dapat mencari banyak teman dengan menggunakan istilah *follow* (mengikuti) dan *follower* (pengikut). Dengan banyaknya *follower* maka menandakan pemilik akun tersebut memiliki banyak teman. Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan like atau saling komen pada postingan anda ataupun teman anda. Bisa juga dilakukan dengan menggunakan perpesanan atau *Direct Message (DM)* dan yang paling populer saat ini yakni *InstaStory* yang berupa aktivitas membagikan video secara *live* (langsung).

Peran media sosial pada Instagram pengaruhnya begitu besar, dengan tidak lagi menyebarkan realita yang sesungguhnya akan tetapi sudah menyebarkan realita yang sesungguhnya tidak ada. Media Instagram yang dengan kemampuannya memanipulatif realitas dengan perangkatnya kemudian dipaksakan kepada masyarakat untuk dikonsumsi.

Bagi para pengguna pada umumnya mungkin mengaggap bahwa fungsi Instagram hanya sebatas interaksi sosial, melakukan share foto dan video serta meningkatkan popularitas dengan banyaknya teman atau *followers*. Hal itu memang benar adanya namun fungsi Instagram secara luas lebih dari itu saja. Kecermatan serta pemahaman yang dimiliki pengguna juga menjadi hal yang penting agar dapat memanfaatkan setiap aplikasi secara keseluruhan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.4.1 Makna

Brown dalam Sobur (2003:256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Para ahli mengakui istilah makna (meaning) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat.

Setiap kata tentunya memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Memberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan eksplorasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia : Inderawinya, daya pikirnya dan akal budinya.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2003:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu :

1. Makna ada dalam diri manusia.

Makna tidak terletak pada kata-kata untuk mendekati makna yang kita ingin komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan.

2. Makna berubah.

Kata-kata relatif statis, banyak kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi dalam dimensi emosional.

3. Makna membutuhkan acuan.

Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal.

4. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna.

Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang kongkret dan dapat diamati.

5. Makna tidak terbatas jumlahnya.

Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata suatu bahasa terbatas tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu kebanyakan kata mempunyai banyak makna.

6. Makna dikomunikasikan hanya sebagian.

Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna yang benar-benar dapat dijelaskan.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna. (Stewart L. Tubbs dalam Sobur, 2003:255) .

Kempson dalam Sobur (2003:256) menjelaskan ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguist sehubungan dengan usaha menjelaskan makna, yaitu:

1. Menjelaskan makna kata secara alamiah
2. Mendeskripsikan kalimat secara alamiah
3. Menjelaskan makna pada proses komunikasi

2.1.4.2 Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka untuk memberikan arti bagi

lingkungan mereka. Ringkasnya konstruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep konstruksi makna bisa berubah. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam posisi negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu. (Juliastuti, 2000 : 65)

2.1.5 Tinjauan Tentang Foto Seksi

2.1.5.1 Fotografi *Nude*

Nude fotografi adalah gaya seni fotografi yang menggambarkan tubuh manusia dalam keadaan tidak berbusana atau telanjang sebagai sebuah objek foto. Dimana Nude fotografi lebih mengeksplorasi keindahan dari bentuk tubuh manusia dan menyisihkan sisi seronok dari sebuah karya foto dan umumnya tidak snapshot, akan tetapi gambar yang berdiri dari orang dalam posisi masih telanjang. "Dalam dunia fotografi, perbedaan antara seni dan ponografi sangat beda tipis. Perbedaan tersebut terletak dihati nurani sang fotografer" (Triadi dalam Andang Iskandar, 2003:33) .

2.1.6 Tinjauan Tentang Eksistensi Diri

Eksistensi diri kini menjadi *concern* masyarakat luas. Hal ini dikarenakan perkembangan zaman yang pada akhirnya membuat kita harus beradaptasi dan menjadikan perhatian kita sangat terpusat pada hal ini, karena seringkali

dilakukan oleh banyak orang dan dapat disaksikan oleh diri sendiri. Eksistensi sendiri memiliki arti ‘keberadaan’ menurut KBBI, sedangkan eksistensi pada saat ini lebih bertuju pada pengakuan, merasa diakui, terkenal, dan menarik perhatian. Maka dari itu eksistensi diri kini menjadi fenomena yang kerap dilakukan dan akhirnya menjadi budaya, terutama pada remaja yang sedang mencari jati diri.

Menurut Abidin (2007:16), kesadaran manusia pada dasarnya adalah intensionalitas (selalu memiliki maksud atau terarah kepada sesuatu) dan dunia manusai pada dasarnya merupakan hasil penciptaan (pemuknaan) manusia, serta ia hidup dalam dunia yang telah “diciptakan”atau dimaknakannya. Para eksistensialis lebih lanjut memiliki keyakinan bahwa setiap manusia mempunyai potensi untuk menangani beberapa kondisi bawaannya dan membuat hidupnya menjadi lebih bermakna. memaparkan potensi manusia sebagai berikut:

- a. **Kesadaran.** Setiap manusia memiliki kemampuan untuk menyadari dirinya dan lingkungannya. Semakin besar kesadarannya, semakin banyak kemungkinan dan peluang keberhasilan untuk menangani ketakutan dan kecemasannya.
- b. **Keautentikan.** Orang autentik memiliki ciri-ciri yaitu menyadari dirinya dan hubungannya dengan lingkungannya, mampu membuat pilihan dan menyadari bahwa keputusan merupakan konsekuensi yang tak bisa dihindari, mengambil tanggung jawab untuk membuat pilihan, mengakui bahwa ketidak sempurnaan kesadaran.

- c. **Kebebasan dan Tanggung Jawab.** Jika manusia mau mengakui bahwa dirinya memiliki kebebasan, maka di manapun mereka berada, mereka mempunyai tanggung jawab.
- d. **Aktualisasi diri.** Eksistensi memandang bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk mengaktualisasikan dirinya. Manusia yang gagal mencapai aktualisasi diri, berpotensi dihindangi perasaan malu, bersalah dan cemas, serta persepsi hidupnya tidak bermutu.
- e. **Memaknakan hidup.** Setiap manusia termotivasi untuk membuat hidupnya menjadi bermakna. Untuk memaknakan hidupnya, manusia harus memiliki keinginan untuk hidup, tidak merusak diri dan mau mencintai diri sendiri serta orang lain bahkan lingkungan fisiknya.

Dari berbagai uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa eksistensi diri adalah cara individu memaknai keberadaan dirinya di dunia melalui berbagai upaya dengan mengaktualisasikan potensi-potensi yang dimiliki untuk mencapai keberadaan autentik dan membuat hidupnya menjadi bermakna. (Abidin, 2007:18)

2.1.6.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Diri

Abidin (2007:54) mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi eksistensi diri, antara lain :

a. Kematian (Ketiadaan)

Eksistensi manusia tidak lepas dari kematian. Kematian merupakan akhir dari eksistensi manusia. Namun, kematian dapat membuat seseorang menjadi diri yang autentik apabila ia dapat menerima kematian sebagai suatu fakta yang tidak terpisahkan dari eksistensinya. Apabila manusia dapat menerima kematian yang identik dengan ketiadaan dan kesendirian yang mencekam dan menyeluruh, maka ia akan berusaha melepaskan diri dari kontrol dengan orang lain. Kuasa atau kontrol orang lain inilah yang membuat eksistensi seseorang dangkal atau tidak autentik.

b. Kecemasan

Kecemasan dalam hal ini berhubungan dengan kebebasan. Manusia adalah makhluk satu-satunya yang hidup bebas di dunia. Namun, kebebasan tersebut justru membuat manusia menjadi cemas karena selalu dihadapkan pada berbagai kemungkinan. Manusia tidak pernah tahu apakah kemungkinan-kemungkinan tersebut akan baik atau justru menghancurkan eksistensi dirinya. Dengan kata lain, kecemasan tersebut disebabkan karena adanya kesadaran manusia akan kebebasan dimana semua risikonya menuntut pertanggungjawaban.

c. Kehendak Bebas

Setiap saat manusia dihadapkan pada kondisi untuk memilih satu atau beberapa kemungkinan-kemungkinan yang ada. Manusia berhak sepenuhnya untuk memilih apa yang ia inginkan, dan karenanya manusia

disebut sebagai makhluk yang bebas. Tindakan-tindakan manusia pada dasarnya mengisyaratkan adanya kehendak bebas, misalnya :

1. **Penentuan diri (*self determination*)**. Dalam menentukan sebuah pilihan dalam hidup, manusia dapat menerima masukan dari orang lain tentang baik atau buruknya hal-hal yang sedang dihadapi. Walaupun demikian, pada akhirnya penentuan pilihan tersebut bukan berasal dari orang lain, melainkan keputusan dari diri sendiri.
2. **Pilihan**. Pilihan yang diambil akan menghasilkan tindakan yang dilakukan saat ini.
3. **Konsekuensi**. Tidak semua konsekuensi sesuai dengan yang diprediksikan. Terkadang, ada tindakan baik namun malah berakibat buruk.
4. **Pertanggungjawaban**. Setiap manusia bertanggung jawab atas semua konsekuensi dari tindakan yang dilakukannya.
5. **Karakter**. Setiap pilihan tindakan yang diambil seseorang, menciptakan pribadinya, misalnya apakah seseorang memilih menjadi seorang pemaarah, penyabar, atau pemberani. Ketika memilih, seseorang akan melakukan tindakan dan tindakan tersebut yang membentuk karakter dirinya.

d. Waktu (Temporalitas)

Waktu dalam hal ini berkaitan dengan pengalaman manusia, tidak ada kaitannya dengan waktu objektif yang diukur dengan satuan jam.

Pengalaman manusia dihayati tidak secara objektif, melainkan secara subjektif. Setiap manusia menghayati masa lalu, masa kini, dan masa depan secara berbeda. Masa depan merupakan sebuah ancaman bagi orang yang cemas, namun merupakan peluang dalam membuka berbagai kemungkinan bagi orang yang optimis.

e. Ruang (Spasialitas)

Ruang dalam hal ini adalah “ruang yang dihayati”. Setiap individu menghayati ruang secara berbeda. Ruang spasial ditentukan oleh nada (perasaan) dan detak (emosional) seseorang. Detak atau nada ruang batin yang dihayati dapat dirasakan sebagai sesuatu yang penuh atau kosong, bisa dirasakan sebagai sesuatu yang luas atau justru malah membatasi. Cinta merupakan contoh perluasan ruang, walaupun berada jauh namun terasa dekat dengan orang yang dikasihi. Sebaliknya, perasaan putus asa membuat ruang terasa kosong dan penderitaan membuat ruang terasa sempit.

f. Tubuh

Tubuh dalam hal ini bukanlah merupakan tubuh secara fisiologis, melainkan tubuh yang dihayati, tubuh yang bermakna dan yang memberi makna pada dunia. Makna terhadap tubuh bersifat subjektif. Tubuh bermakna sebagai tubuh-subjek bagi diri sendiri, karena setiap tindakan dilakukan melalui tubuh. Sedangkan bagi orang lain, tubuh merupakan

tubuh-objek, misalnya objek untuk dibedah saat operasi atau objek pemenuhan kebutuhan seksual.

g. Diri Sendiri

Manusia memberi makna tidak hanya pada dunia, namun juga pada diri sendiri. Makna terhadap diri sendiri juga dapat berbeda antara individu satu dengan individu lainnya. Beberapa orang memaknai dirinya sebagai orang yang kuat, namun beberapa lainnya memaknai dirinya sebagai orang yang lemah. Tidak hanya kuat dan lemah, namun makna diri sendiri juga dapat berupa optimistik atau pesimistik, menarik atau menyebalkan, berkuasa atau tidak berdaya.

h. Rasa Bersalah

Manusia pada umumnya memiliki rasa bersalah ketika melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain dan lingkungan. Rasa bersalah juga muncul ketika manusia merasa telah membuang waktu dan merasa gagal dalam mengaktualisasikan potensipotensi, bakat-bakat, dan kemampuan-kemampuan yang dimilikinya. Kegagalan tersebut dapat terjadi bila seseorang terlalu konformis dengan lingkungan sekitarnya, sehingga bakat dan potensinya termatikan. Perasaan bersalah juga muncul ketika terjadi putusnya keintiman, komunikasi, atau berkurangnya rasa cinta terhadap sesama.

2.1.6.2 Ciri-ciri Individu yang Memiliki Eksistensi Diri

Menurut Smith (2003) individu yang memiliki eksistensi diri mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. **Kesadaran diri**, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, apa yang mampu dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya.
- b. **Kepercayaan diri**, yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa.
- c. **Harga diri**, yaitu bagaimana individu memfokuskan pada orang yang dilayani atau individu mampu bekerja.
- d. **Kesadaran akan peran**, yaitu kesadaran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya untuk segera direalisasikan.
- e. **Kesadaran akan kekuatan misi pribadi**, yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam melakukannya.
- f. **Daya tarik pribadi**, yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik individu sehingga dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.
- g. **Kesadaran akan keunikan diri**, yaitu tidak membanding-bandingkan diri dengan orang lain atau mengkhawatirkan apa yang tidak dimiliki diri.
- h. **Konsistensi terhadap kehidupan**, yaitu tidak terombang-ambing dengan setiap ide atau peluang baru atau perubahan kejadian.
- i. **Ketenangan dan kedamaian**, yaitu tetap berkepala dingin meskipun menghadapi banyak masalah. (Smith , 2003:54-57)

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka ini, foto seksi merupakan sebuah fenomena pada remaja yang menjadi sebuah ajang eksistensi diri. Kalangan remaja tersebut memiliki makna tentang foto seksi sesuai dengan pemahaman masing-masing. Untuk mengetahui makna tersebut, akan dilihat dari berbagai sub fokus pembahasan, mulai dari nilai sosial yang ada di lingkungan sosial mereka, motif berfoto seksi sebagai ajang eksistensi diri, pesan artifaktual yang digunakan sebagai wujud pemaknaan foto seksi dan pengalaman yang telah dilakukan sebagai seorang remaja sebagai model foto seksi tersebut. Dengan pembahasan itu peneliti akan melihat pembentukan makna yang mereka miliki tentang makna foto seksi sebagai ajang eksistensi diri.

2.2.1 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*sosial construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. (Kuswarno, 2009:11)

Dalam buku Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, menjelaskan bahwa Thomas Luckman beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Social of Reality*. Berger dan Luckman dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repertitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan.

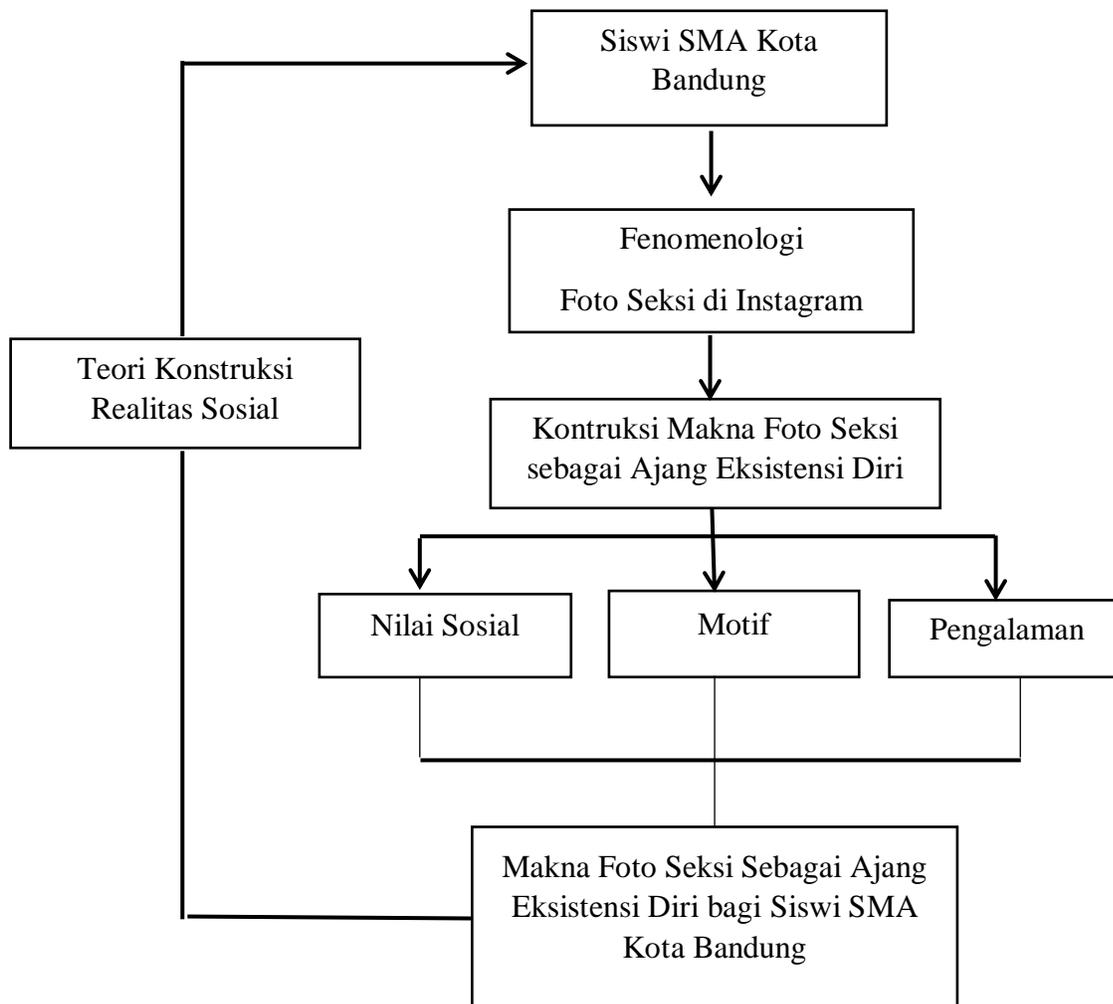
Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini juga berguna untuk orang lain. Dalam situasi komunikasi interpersonal, para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain tersebut. Dengan kebiasaan tersebut, seseorang dapat membangun komunikasi dengan orang lain yang disesuaikan dengan tipe-tipe seseorang, yang disebut dengan pengkhasan. (Kuswarno, 2009:112)

Dalam teori konstruksi sosial Menurut berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Berger memiliki kecenderungan untuk menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif fungsionalis), namun maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionalis simbolik). (Poloma dalam Kuswarno, 2009:299)

Melalui penelitian ini peneliti berusaha untuk mengungkapkan makna foto seksi bagi siswi SMA sebagai ajang eksistensi diri. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang foto seksi (subjektif) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna cantik yang mereka pahami (objektif).

Berdasarkan pemaparan tersebut, makna foto seksi dapat dijelaskan dengan perspektif teori konstruksi realitas sosial. Mengetahui dan mengerti

bagaimana konstruksi makna foto seksi sebagai ajang eksistensi diri bagi siswi SMA di Kota Bandung.

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran Kontruksi Makna Foto Seksi Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Siswi SMA Di Kota Bandung**

(Sumber: Peneliti, 2018)