

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang diambil peneliti. Melihat hasil para peneliti terdahulu yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung peneliti. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian tekstual dengan pendekatan studi fenomenologi. Hal ini perlu dilakukan karena suatu teori atau model pengetahuan biasanya akan diilhami oleh teori dan model yang sebelumnya. Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang konstruksi makna. Berikut ini adalah beberapa penelitian mengenai konstruksi makna.

Table 2.1
Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1	Shallih Tsania, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia	Konstruksi Makna Nebeng Bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	nebengers memiliki beragam motif untuk melakukan tebeng menebeng, penagalaman nebeng para anggota menjadi faktor penting	Penelitian Shallih Tsania Menggunakan analisis fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berdeda

				menganai permasalahan keamanan, Konstruksi makna nebeng yang terangkat menjadi lebih meluas dan berdampak baik ke banya hal.	
2	Chandra Riza Aditya Riyadi, Program Studi Komunikasi Mulawarman 2011	Studi Deskriptif Mengenai Fanatisme Bobotoh Persib Bandung Di Viking United	Kualitatif dengan Desain Penelitian Deskriptif	Fanatisme tidak haya dilihat karena sikap negatifnya tetapi sisi positifnya juga dapat dirasakan oleh para bobotoh yang Fanatik terhadap Tim Persib Bandung.	Penelitian Chandra Riza Aditya Riyadi menggunakan analisis deskriptif dengan objek dan pembahasan yang berbeda
3	Abdul Hadi Khamilisyah Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia	Konstruksi Makna Ngopi Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	para mahasiswi memandang ngopi sebagai suatu kebiasaan saat ini, para mahasiswi merasakan adanya pengaruh dari ngopi menjadi salah satu tempat untuk bersosialisasi.	Penelitian Abdul Hadi Khamilisyah menggunakan analisis fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda

Sumber: Peneliti, 2018

2.1.2. Tinjauan Komunikasi Intrapersonal

Sebagai manusia kita tidak dapat hidup sendiri, kita selalu dituntut untuk hidup bersosialisasi dikarenakan kita adalah *zone politicon*. Keharusan kita melakukan sosialisasi dengan sesama, kita harus melakukan komunikasi. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara kasat mata (berbincang), akan tetapi pada saat kita terdiam tanpa kita sadari kita sedang melakukan komunikasi

mungkin dengan sang pencipta maupun dengan hati nurani kita sendiri. Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan lingkungan sekitarnya untuk mencukupi kebutuhan hidup dan mencapai suatu tujuan.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu sosial terapan dan bukan termasuk ilmu social murni, karena ilmu social tidak bersifat *absolute* melainkan dapat berubah dengan sesuai perkembangan zaman serta kondisi yang sedang terjadi. Hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi erat kaitannya dengan tindakan dan perilaku manusia, sedangkan perilaku dan tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan maupun perkembangan zaman.

Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Joseph A. DeVito dalam Effendy sebagai :

“Kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran gangguan, proses penyampain atau proses *encoding*, penerima atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan dalam mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat dinamakan kesemestaan komunikasi; unsur-unsur yang terdapat dalam setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-personal, antar-personal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antar budaya”
(Effendy, 2005: 5)

2.1.3. Definisi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapribadi (*Intrapersonal Communication*) adalah komunikasi yang berlangsung dari diri seseorang. Orang itu berperan sebagai komunikator maupun komunikan. Dia berbicara dengan dirinya sendiri, dia berdialog dengan dirinya sendiri. Dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh

dirinya sendiri. Memang tidak salah kalau komunikasi intrapribadi sering disebut melamun, tetapi jika melamun bisa mengenai segala hal misalnya melamun menjadi orang kaya. Komunikasi intrapribadi berbicara dengan diri sendiri dalam rangka komunikasi dengan orang lain, dan orang lain ini bisa satu orang, sekelompok orang atau masyarakat keseluruhan. Jadi sebelum berkomunikasi dengan orang lain seseorang melakukan komunikasi intrapribadi terlebih dahulu. (Effendy, 2003:57)

Disaat kita sedang berbicara kepada diri kita sendiri, sedang melakukan perenungan, perencanaan, dan penilaian pada diri kita terjadi proses neuro fisiologis yang berbentuk landasan bagi tanggapan motivasi dan komunikasi kita dengan orang-orang atau faktor-faktor di lingkungan kita (Casmir, 1974:37).

Ronal L. Applbaum dalam buku *Fundamental Concept in Human Communication* (1973:13) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai:

“Komunikasi yang berlangsung dalam diri kita, ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita.”

Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri adalah penting bagi kita untuk bisa mengenal diri sendiri sehingga kita dapat berfungsi secara bebas di masyarakat. Belajar mengenal diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir dan merasa dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan, dan mereaksi lingkungan kita. Oleh karena itu untuk mengenal diri pribadi, kita harus memahami komunikasi intrapribadi (*interpersonal communication*).

2.1.3.1. Ruang lingkup Komunikasi Intrapersonal

Dalam komunikasi intrapersonal, akan dijelaskan bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, dan menghasilkan kembali. Proses pengolahan informasi, yang di sini kita sebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi memori dan berfikir.

1. Sensasi

Sensasi berasal dari kata "*sane*" yang artinya alat pengindra, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut Dennis Coon, "sensasi adalah pengalaman elementer yang segera yang tidak memerlukan penguraian verbal. Yang simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera atau pancaindera. Kita mengelompokannya pada tiga macam indera penerima sesuai dengan sumber informasi.

Adapun definisi sensasi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indera, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat inderalah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya (Lefrancois, 1974:39). (Jalaludin,2003: 49)

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, pariwisata, atau hubungan-hubungan yang dipeloreh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli

indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi adalah bagian dari persepsi. Persepsi juga sensasi ditentukan oleh factor personal dan faktor situasional.

Faktor lainnya yang mempengaruhi persepsi, yakni perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi

Komunikasi:

“Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspetasi, motivasi, dan memori (Desiderato, 1976:129)”. (Jalaludin, 2003: 51)

1) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Hal ini di tentukan oleh factor-faktor situasional personal. Faktor situasional terkadang disebut juga sebagai diterminan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*) dan sifat-sifat yang menonjol seperti :

- a. Gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak
- b. Intensitas Stimulia, kita akan memperhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain
- c. Kebauran (*novelty*), hal-hal yang baru dan luar biasa, yang akan beda menarik perhatian.

- d. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bisa disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.

2) Faktor Internal Penarik Perhatian

Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita yang melihat apa yang ingin kita lihat, dan mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan ini timbul dari faktor-faktor yang ada dalam diri kita. Contoh-contoh faktor yang mempengaruhi perhatian kita adalah :

- a. Faktor-faktor Sosiopsikologis
- b. Motif Sosiogenesis, sikap, kemauan, dan kebiasaan mempengaruhi apa yang kita perhatikan Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi, menjadi empat bagian :
 1. Dalil persepsi yang pertama: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Berarti objek-objek yang mendapatkan tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.
 2. Dalil persepsi yang kedua: Medan perceptual dan kongnitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya. Walaupun stimulasi yang kita terima itu tidak lengkap, kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.

3. Dalil persepsi yang ketiga: Sifat-sifat perceptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya dengan efek dan berupa asimilasi atau kontras.
4. Dalil persepsi yang ke empat: objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai dari struktur yang sama. Dalil ini umumnya betul-betul bersifat struktural dalam mengelompokkan objek-objek fisik, seperti titik, garis, atau blok.

Pada persepsi sosial, pengelompokan tidak murni struktural; sebab apa yang dianggap sama atau berdekatan oleh seorang individu, tidaklah dianggap sama atau berdekatan dengan individu yang lainnya. Dalam komunikasi, dalil kesamaan dan kedekatan ini sering dipakai oleh komunikator untuk meningkatkan kredibilitasnya, atau mengakrabkan diri dengan orang-orang yang punya prestise tinggi. Jadi, kedekatan dalam ruang dan waktu menyebabkan stimuli ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama. Kecenderungan untuk mengelompokkan stimuli berdasarkan kesamaan dan kedekatan adalah hal yang universal.

3) Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peran penting dalam mempengaruhi persepsi maupun berpikir. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organism sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya unruk membimbing perilakunya (Schlessinger dan Groves). Memori melewati tiga proses :

- a. Perekaman (*enconding*) adalah pencatat informasi melalui reseptor indera dan sikrit saraf internal.
- b. Penyimpanan (*stronge*) adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana.
- c. Pemanggilan (*retrieval*), dalam bahasa sehari-hari mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan.

Pemanggilan diketahui dengan empat cara:

1. Peningat (*recall*), prosesaktif untuk menghasilkan fakta dan informasi secara verbatim (kata demi kata), tanpa petunjuk yang jelas.
2. Pengenal (*recognition*), agak sukar untuk menginta kembali sejumlah fakta; lebih mudah mengenalnya.
3. Belajar lagi (*relearning*), menguasai kembali pelajaran yang sudah kita peroleh termasuk pekerjaan memori.

4. Reintegrasi (*redintergration*), merekonstruksi seluruh masa lalu dari satu petunjuk memori kecil.

4) Berpikir

Dalam berpikir kita melibab semua proses yang kita sebut sensasi, persepsi, dan memori. Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*).

Ada dua macam berpikir :

1. Berpikir autistik, dengan melamun, berfanasi, menghayal, dan *wishfull thinking*. Dengan berpikir peran melarikan diri dalam kenyataan dan melihat hidup sebagai gambaran-gambaran fantasi.
2. Berpikir realistik, disebut juga nalar (*reasoning*), ialah berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

Floyd L. Ruch, menyebutkan tiga macam berpikir realistic

- a. Berpikir deduktif, artinya mengambil kesimpulan dari dua pernyataan, dalam logika disebutnya silogisme.

- b. Berpikir induktif, artinya dimulai dari hal-hal yang khusus kemudian mengambil kesimpulan umum; kita melakukan generalisasi.
- c. Berpikir evaluatif, artinya berpikir kritis, menilai baik-bukurnya, tepat atau tidaknya suatu gagasan, namun menilainya menurut kriteria tertentu.

Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil beraneka ragam. Tanda-tanda umumnya :

1. Keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual.
2. Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif .
3. Keputusan selalu melibatkan dengan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Faktor-faktor personal amat nementukan apa yang diputuskan, antara lain :

1. Kognisi, kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki.
2. Motif, saat memengaruhi pengambilan keputusan.
3. Sikap, juga menjadi faktor penentu lainnya.

Para psikolog menyebutkan lima tahap dalm proses berpikir kreatif:

1. Orientasi: masalah dirumuskan, dan aspek-aspek masalah diisentifikasi.
2. Preparasi: pikiran berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin yang relevan dengan masalah.

3. Inkubasi: pikiran beristirahat sebentar, ketika berbagai pemecahan berhadapan dengan jalan buntu. Pada tahap ini, proses pemecahan masalah berlangsung terus dalam jiwa bawah sadar kita.
4. Iluminasi: masa inkubasi berakhir ketika pemikir memperoleh semacam ilham, serangkaian *insight* yang memecahkan masalah. Ini menimbulkan *Aha Erlebnis*.
5. Verifikasi: tahap terakhir untuk menguji dan secara kritis menilai pemecahan masalah yang diajukan pada tahap keempat.

Berpikir kreatif tumbuh subur bila ditunjang oleh faktor personal dan situasional. Menurut Coleman dan Hammen, faktor yang secara umum menandai orang-orang kreatif adalah:

1. Kemampuan Kognitif: termasuk di sini kecerdasan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksible kognitif.
2. Sikap yang terbuka: orang kreatif mempersiapkan dirinya menerima stimuli internal maupun eksternal.
3. Sikap yang bebas, otonom, dan percaya pada diri sendiri: orang kreatif ingin menampilkan dirinya semampu dan semuanya, ia tidak terkait oleh konvensi-konvensi. Hal ini menyebabkan orang kreatif sering dianggap "nyentrik" atau gila.
4. Selain faktor lingkungan psikososial, beberapa peneliti menunjukkan adanya faktor situasional lainnya. Maltzman menyatakan adanya faktor peneguhan dari lingkungan. Dutton

menyebutkan tersedianya hal-hal istimewa bagi manusia kreatif, dan Silvano Arieti menekankan faktor isolasi dalam menumbuhkan kreativitas.

2.1.4 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.4.1. Makna

1. Makna Dari Makna

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti, maksud pembicara atau penulis. Menurut A.M. Moefad, “Pengertian mendefinisikan sebagai; “kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik”.

Dalam hal ini dapat dibedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah suatu kata yang mengarah pada sesuatu yang dimaksud oleh kata itu. Dengan kata lain, denotatif mengandung makna yang sebenarnya.

Sedangkan makna konotatif adalah makna implisit atau kiasan.

Menurut Ogden dan Richard dalam Lawrence Kincaid menjelaskan bahwa Penguraian proses komunikasi, untuk sebagian mengandung unsur psikologi. Sementara ini psikologi sudah mencapai tahap tertentu, dimana tugas tersebut dimungkinkan pelaksanaannya dengan baik. Kini tidak ada lagi alasan untuk dapat berbicara secara samar-samar mengenai makna, begitu pula untuk tidak mengetahui cara-cara dengan mana kata-kata memperdayai kita.

Makna tidak hanya terbatas pada batas-batas konsep yang dapat diterapkan dalam suatu situasi. Makna yang diperoleh dari (atau dimiliki

untuk) konsep suatu hal, sebenarnya lebih mendalam, lebih besar dari konsepnya sendiri.

Sedangkan menurut Brodbeck dalam Aubrey Fisher mengemukakan sebenarnya ada tiga pengertian tentang konsep makna yang berbeda-beda. Salah satu jenis makna menurut tipologi Brodbeck, adalah makna referensial, yakni makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah itu. Makna yang kedua adalah arti istilah itu. istilah dapat saja memiliki referensi dalam pengertian yang pertama, yakni mempunyai referen, tetapi karena tidak dihubungkan berbagai konsep yang lain, ia tidak mempunyai arti.

Tipe makna yang ketiga mencakup makna yang dimaksudkan (*intentional*) dalam arti bahwa arti suatu istilah atau lambing tergantung pada apa yang dimaksudkan pemakai dengan arti lambing itu.

2. Makna Dalam Komunikasi

Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi, mencakup lebih dari sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek-aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator.

3. Makna Menurut Perspektif Interaksionisme

Mead menempatkan makna interaksional dalam apa yang ia namakan suatu percakapan isyarat (*conversation of gestures*) dimana suatu isyarat (*gesture*) berarti tindakan yang bermakna secara potensial.

Makna secara interaksional dimiliki bersama dengan proses empati melalui pengambilan peran yang aktif. Individu memainkan peranan yang lebih aktif, mencari makna menurut pandangan orang lain dan berbagi makna itu dengan orang lain.

4. Ruang Lingkup Makna

Upaya memahami makna sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dari umur manusia. Konsep makna telah menarik berbagai macam disiplin ilmu, termasuk ilmu komunikasi. Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1994:6), misalnya, menyatakan “Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih” demikian pula yang di ungkapkan oleh Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3), “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna.” Brown dalam Sobur (2006: 256) mendefinisikan makna sebagai kecendrungan (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 memiliki makna masing-masing di mana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut.

Model proses makna Wendell Jhonson yang dikutip oleh Sobur (2006:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunitas antar manusia, yaitu :

- a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata 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. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk mereproduksi, di benak pendengar, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.
- b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional makna.
- c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
- d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati.

Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.

- e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah katakata, suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.
- f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

5. Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya kontruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep kontruksi 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).

2.1.5 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 perilakunya”.
(<http://www.psikoterapis.com>)

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.

Pengertian Fanatisme sendiri dapat disebut sebagai orientasi dan sentimen yang mempengaruhi seseorang dalam : (a) berbuat sesuatu, menempuh sesuatu atau memberi sesuatu, (b) dalam berfikir dan memutuskan, (c) dalam mempersepsi dan memahami sesuatu, dan (d) dalam merasa secara psikologis, seseorang yang fanatik biasanya tidak mampu memahami apa-apa yang ada di luar dirinya, tidak faham terhadap masalah orang atau kelompok lain, tidak mengerti faham atau filsafat selain yang mereka yakini.

Ciri-ciri yang jelas dari sifat fanatik adalah ketidakmampuan memahami karakteristik individual orang lain yang berada diluar kelompoknya, benar atau salah. Secara garis besar fanatisme mengambil bentuk : (a) fanatik warna kulit, (b) fanatik etnik/kesukuan, dan (c) fanatik klas sosial. Fanatik Agama sebenarnya bukan bersumber dari agama itu sendiri, tetapi biasanya merupakan kepanjangan dari fanatik etnik atau klas sosial.

Dalam kamus lengkap psikologi J.P. Chaplin mengungkapkan mengenai fanatik yaitu suatu sikap yang penuh semangat dan berlebihan terhadap satu segi pandangan atau satu sebab. “Fanatik memberikan suatu prediksi positif terhadap penampilan tim nantinya walaupun tim yang mereka beri support kalah dalam pertandingan.” Berdasarkan pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa keadaan fanatik atau fanatisme memberikan suatu sugesti positif terhadap penampilan tim yang didukungnya tersebut, meskipun tim yang diberikan support itu kalah dalam liga pertandingan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* dengan kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Arti komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organism yang berbagai lingkungan, umumnya memiliki keterkaitan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, tujuan, kepercayaan, kebutuhan, resiko dan lain-lain yang bersifat serupa.

Menurut Soenamo (2001), definisi arti Komunitas yaitu sebuah indentifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

Definisi komunitas yang dianggap ideal oleh Yudistira Garna (1999) dalam buku Atie Rachmiate adalah :

“Suatu kelompok manusia yang menempati suatu kawasan geografis, yang terlibat dalam aktivitas ekonomi, politik, dan juga membentuk suatu satuan sosial yang memiliki nilai-nilai tertentu, serta rasa kebersamaan”. (Rachmiate, 2007: 72)

Sedangkan menurut Kertajaya Hermawan (2008), arti Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

Horton dan Hunt (1974: 18) dalam bukunya Atie Rachmattie menyebutkan bahwa :

“Komunitas dapat didefinisikan baik sebagai suatu kelompok kesatuan manusia (kota kecil, kota dan desa maupun sebagai seperangkat perasaan rasa keterkaitan, kesetiaan).” (Rachmattie, 2007: 21)

Faktor utama yang juga menyebabkan komunitas terbentuk yaitu karena adanya interaksi yang lebih besar yang menyebabkan tumbuhnya rasa ketertarikan dan keakraban yang menimbulkan kenyamanan bagi para anggotanya. Umumnya hal tersebut tumbuh karena mereka memiliki kebiasaan-kebiasaan yang sama dan hal lain yang serupa seperti hobi dan ketertarikan kepada sesuatu yang sama.

Seperti yang dipaparkan oleh Rubin dan Rubin (1997) “mereka menyebutkan bahwa dalam kehidupan modern saat ini, kelompok orang-orang yang memiliki kepentingan, membentuk suatu komunitas, dan mengadakan aksi atau gerakan menuntut komunitas lain dalam memenuhi keinginannya”. (Rachmattie, 2007: 73).

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial

Peter L. Berger and Thomas Luckmann untuk mendalami bagaimana konstruksi sebuah makna.

2.2.1. Konstruksi Realita Sosial

Konstruksi sosial (social construction) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009:111).

Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality*. Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan (habits). 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, dengan demikian 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 (typication) Dengan berjalannya waktu, kenyataan selanjutnya, beberapa kebiasaan menjadi milik bersama seluruh anggota

masyarakat. Maka terbentuklah sebuah lembaga (*institution*). (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 interaksionis simbolik) (Poloma dalam Kuswarno, 2000:299)

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna mengenai Fanatisme bagi Squad Red Shield pada Game Rising Force. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang fanatisme (subjektif) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna fanatisme yang mereka pahami (objektif).

Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan internalisasi-eksternalisasi-objektifikasi

1. Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. "Man is a social product"

2. Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. “Society is a human product”.
3. Objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. “*Society is an objective mreality*”.

Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas “subyektif” yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama – sama memahami realitas obyektif yang sama. Eksternalisasi, merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi yang tidak sempurna dan secara bersama- sama membentuk realitas baru dan individu menyesuaikan dirinya didalam konteks sosial. Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen – fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik – karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (eksternalisasi) dan internalisasi dan obyektivikasi manusia terhadap pengetahuan – dalam kehidupan sehari-hari- atau secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*. Terbentuknya realitas obyektif bisa melalui legitimasi. Legitimasi merupakan obyektivikasi makna, karena selain menyangkut penjelasan juga mencakup nilai – nilai. Legitimasi berfungsi untuk membuat obyektivikasi yang sudah melembaga menjadi masuk akal secara subyektif.

Menurut Peter Berger dan Luckmann di sisi sebaliknya, masyarakat, yaitu individu – individu sebagai realitas subyektif menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang

individu dengan melakukan sosialisasi. Individu berupaya memahami definisi “realitas obyektif”; namun lebih dari itu, individu turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat.

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Konstruksi sosial (*social construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009:111).

Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi*, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Sosial Construction of Reality*. Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan (*habits*).

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, dengan demikian 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 (*typication*). (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 interaksionis simbolik) (Kuswarno, 2000:299)

Dalam penelitian ini Squad Red Shield akan memaknai fanatisme sebagai *Gamers* dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teori konstruksi realitas social sebagai pemandu dalam mengungkapkan fanatisme Gamers tersebut dengan motif dan pengalaman menjadi pencinta Game menurut Squad Red Shield.

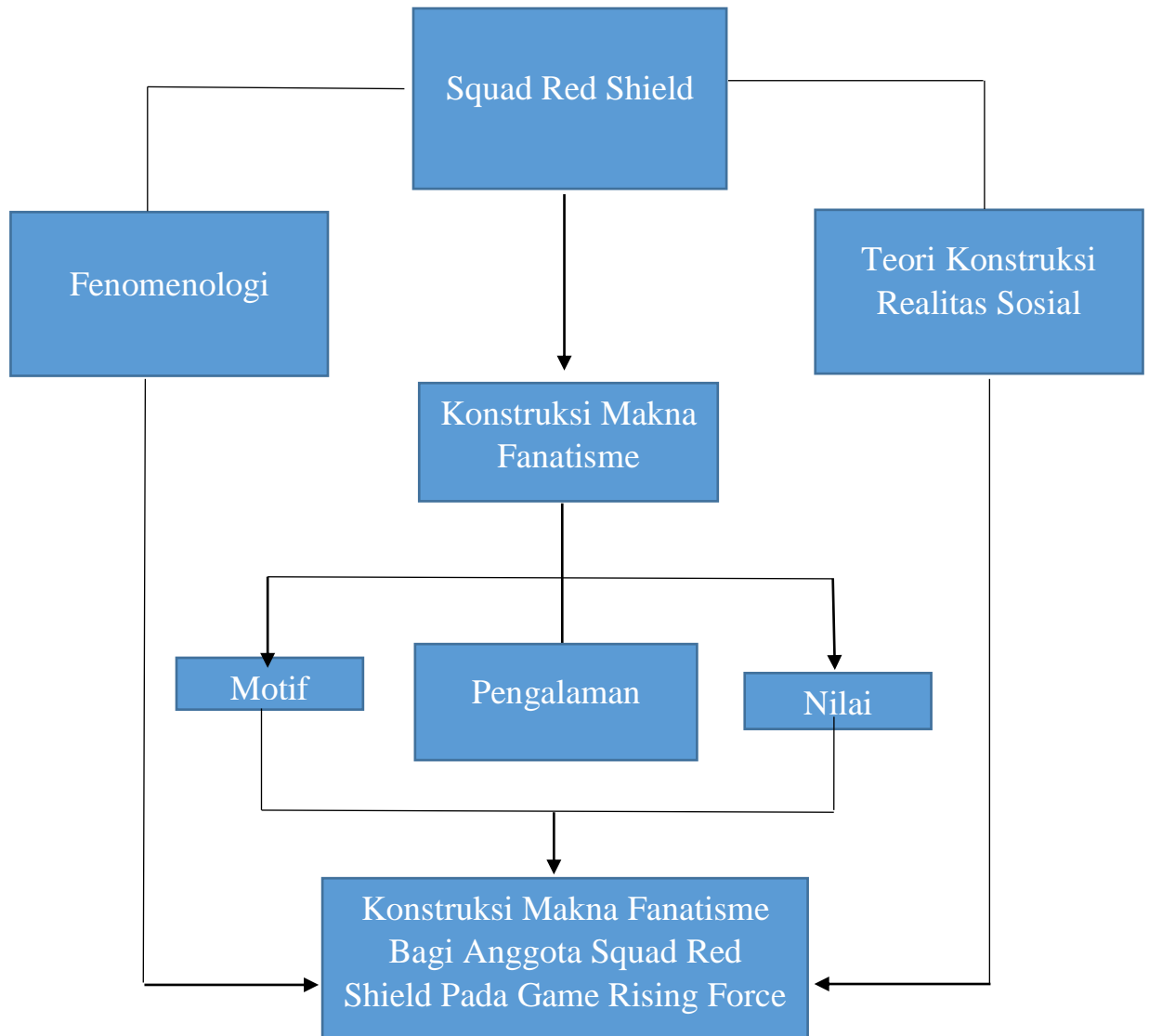
Dalam kerangka ini makna fanatisme menjadi suatu realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari yang dimana hasil dari interaksi sosial antara individu dengan individu, individu dengan kelompok serta kelompok dengan kelompok terhadap Game Rising Force. Realitas ini dikaji dengan menggunakan studi fenomenologi yang dimana manusia menjadi aktor yang memandang keseharian sosial sebagai sesuatu yang intersubjektif (Schutz). Intersubjektif disini dimaksudkan dengan

menggunakan studi fenomenologi anggota Squad Red Shield sebagai aktor dalam dunia sosial yang memiliki kesamaan dan kebersamaan sebagai *Gamers*. Makna intersubjektif ini merupakan proses interaksi diantara anggota Squad Red Shield maupun interaksi dengan diluar komunitas tersebut.

Fenomenologi disini memungkinkan terjadinya pergaulan sosial tergantung kepada pengetahuan tentang peran masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi dari para anggota Squad Red Shield. Peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger & Thomas Luckmann sebagai *guide* (pendamping) untuk membantu mengarahkan penelitian ini sesuai yang diharapkan mengenai konstruksi makna fanatisme terhadap Squad Red Shield. Teori ini berasumsi bahwa interaksi sosial merupakan aktivitas atau perilaku yang khas dalam kehidupan manusia.

Memaknai fanatisme secara utuh, peneliti perlu memahami lebih mengenai motif Squad Red Shield dalam mencintai game. di kehidupan sehari-harinya yang merujuk pada masa lampau dan masa yang akan datang, serta peneliti juga ingin mengetahui lebih mengenai pengalaman Squad Red Shield selama menjadi *gamers*.

Menjawab pertanyaan yang telah dipaparkan studi fenomenologi dianggap tepat untuk mengkaji fenomena fanatisme dalam dunia sosial, yang dimana fenomenologi mengkaji sesuatu yang nampak dengan pengalaman dan pemahaman yang dimiliki oleh anggota komunitas sebagai aktor dalam dunia sosial. Hasil pemikiran peneliti dapat terlihat pada alur kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Alur Berpikir

Sumber : Peneliti, 2018.