BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

Istilah komunikasi kian hari kian populer. Begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. Ada komunikasi timbal balik, ada komunikasi tatap muka, ada komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah dan lain sebagainya.

Komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri, dewasa ini dianggap amat penting sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kemaslahatan umat manusia akibat perkembangan teknologi.

Ilmu komunikasi, apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa dan antarras, membina kesatuan dan persatuan umat manusia penghuni bumi.

Pentingnya studi komunikasi karena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Manusia tidak bisa hidup sendirian. Ia secara tidak kodrati harus hidup bersama manusia lain,

baik demi kelangsungan hidupnya, keamanan hidupnya, maupun demi keturunannya. Jelasnya, manusia harus hidup bermasyarakat.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan Latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama; sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan ole komunikator dan diterima oleh komunikan.

Untuk mengetahui lebih dalam dan jelas tentang Ilmu Komunikasi, diawali dengan pengertian dan asal kata dari para ahli terkemuka.

2.1.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Definisi komunikasi sendiri telah mengalami kemajuan dalam perumusannya. Sebelum awal tahun 1970-an, komunikan dianggap sebagai individu yang pasif dan komunikator lebih berperan dalam suatu proses komunikasi. Namun sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, definisi-definisi yang diberikan para ahli pun menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing punya penekanan arti, cakupan dan konteksnya yang berbeda satu sama lainnya.

Menurut **Sendjaja** yang dikutip dalam **Webster's New Collegiate Dictionary** edisi tahun 1977 dijelaskan bahwa komunikasi adalah :

> "Suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku". (**Sendjaja**, 2004:1.10)

Definisi lain mengenai komunikasi dari **C.I. Hovland**. Menurut Hovland komunikasi dapat didefinisikan:

> "*As the process by which an individuals-the communicator-transmits stimuli (ussualy verbal symbols) to modify the behavior of other individuals communicateest."*(komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya/khalayak). (**Budyatna & Mutmainnah**, 2004 : 2.3)

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. (**Effendy**, 2003 :10)

Pada tahun 1981 **Everett M. Rogers** dan **D. Lawrence Kincaid** dalam buku *Communication Networks* merumuskan komunikasi adalah sebagai berikut :

> "*Communication as a process in which the participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding*" (komunikasi sebagai proses di mana para peserta membuat dan berbagi informasi dengan satu sama lain untuk mencapai saling pengertian). (**Budyatna & Mutmainnah**, 2004 : 2.3)

Sedangkan menurut **Gerald R. Muler** dan **Mark Steinberg** merumuskan definisi komunikasi, adalah :

> "*That communication involves an intentional, transactional, symbolic process*" (bahwa komunikasi melibatkan penyampaian pesan yang disengaja, transaksional, dan proses simbolik). (**Budyatna & Mutmainnah**, 2004 : 2.4)

Definisi diatas begitu singkat tetapi padat dan sarat akan makna. Maka dari itu, unsur-unsur yang terdapat Intensional, transaksional dan proses simbolik membuktikan bahwa proses komunikasi yang terjadi

karena faktor kesengajaan yang melibatkan antara komunikator dengan komunikan dimana komunikasi terjalin melalui simbol-simbol yang mendukung tercapainya tujuan bersama.

Untuk lebih memahami ilmu Komunikasi lebih mendalam, diabawah ini akan dijelaskan mengenai unsur-unsur dasar yang terkandung dalam suatu komunikasi.

2.1.1.2 Unsur-Unsur Dasar Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut **Daryanto** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi**, unsur komunikasi, antara lain :

1. Sumber/komunikator,
2. Isi pesan,
3. Media/saluran,
4. Penerima/komunikan,
5. Umpan balik/*feedback*. (**Daryanto**, 2001:147)

Sedangkan menurut **Cangara** dalam bukunya, menjelaskan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut :

1. Sumber,
2. Pesan,
3. Media,
4. Penerima,

5. Pengaruh,
6. Tanggapan Balik, dan
7. Lingkungan. (**Cangara**, 2011:22-28)

Merujuk pada unsur-unsur komunikasi menurut Cangara diatas, dapat dijelaskan satu persatu mengenai unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan **sumber** sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source, sender* atau *encoder*.

Seorang komunikator dalam proses komunikasi akan menyampaikan berbagai macam **pesan**. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content* atau *information*.

Dalam menyampaikan pesannya tersebut seorang komunikator membutuhkan suatu perantara atau **media**. Media yang dimaksud di sini ialah yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada **penerima**.

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver.*

Dari penyampaian suatu pesan yang dilakukan oleh komunikator pada komunikan, diharapakan adanya **pengaruh** atau **efek**. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Dengan adanya pengaruh atau efek tersebut, maka suatu proses komunikasi akan menimbulkan suatu **tanggapan balik** atau sering disebut dengan **umpan balik** diantara komunikator dan komunikan. Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

Suatu kegiatan komunikasi tentunya akan melibatkan **lingkungan** atau situasi, karena tanpa hal tersebut suatu kegiatan komunikasi tidaklah berjalan sesuai dengan kehendak. Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosila budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

2.1.1.3 Proses Komunikasi

Diatas tadi telah diungkapkan bahwa komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut **Onong Uchjana Effendy**, Proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni :

1. **Proses komunikasi secara primer**, Proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial (gesture), isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. **Proses komunikasi secara sekunder**, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (**Effendy**, 2003:11&16)

Proses yang dijalani memiliki suatu karakteristik dari komunikasi tersebut, seperti halnya karakteristik komunikasi dibawah ini.

2.1.1.4 Karakteristik Komunikasi

Dalam setiap proses berkomunikasi, seperti contoh-contoh definisi komunikasi yang diungkapkan sebelumnya komunikasi memiliki karakteristik tersendiri. Menurut **Sasa Djuarsa Sendjaja** dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi diperoleh gambaran bahwa pengertian komunikasi memiliki karakterisitik komunikasi, yaitu:

1. **Komunikasi adalah suatu proses**, Artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak statis tetapi dinamis dalam arti kata akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus-menerus.
2. **Komunikasi dalam upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan**, Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar (tidak bermimpi), disengaja (sesuai kemauan) serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya (hasil/akibat yang ingin dicapai.
3. **Komunikasi menurut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat**, Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik, apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang dikomunikasikan.
4. **Komunikasi bersifat simbolis**, Dimana komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang (verbal dan non verbal).
5. **Komunikasi bersifat transaksional**, Pada dasarnya menuntut dua tindakan: memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya pula dilakukan secara seimbang atau proporsional oleh masing-masing, pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Apa yang kita terima, nilai besar kecilnya tergantung pada apa yang kita berikan.
6. **Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu**, Komunikasi menembus faktor waktu dan ruang maksudnya bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, faksimili, teleks, *video-text,* dan lain-lain, kedua faktor tersebut (ruang dan waktu) bukan lagi menjadi persoalan dan hambatan dalam berkomunikasi. (**Sendjaja**, 2004:1.13-1.16)

Dari penjelasan karakteristik diatas, komunikasi tentunya memiliki fungsi agar pesan yang hendak disampaikan dapat diterima dengan baik. Untuk itu dibawah ini akan dibahas tentang fungsi dari komunikasi.

2.1.1.5 Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi-fungsi dalam kehidupan manusia. Maka menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, fungsi komunikasi terdiri sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*). (**Effendy,** 2003:8)

Berbeda dengan pendapat **Harold D. Lasswell** dalam **Cangara**, yang mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain :

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya,
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada,
3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. (**Cangara**, 2011:59)

Adapun dalam buku **Ilmu Komunikasi** oleh **Daryanto,** menjelaskan beberapa fungsi komunikasi diantaranya adalah sebagai berikut :

a. **Fungsi Pertama : Komunikasi Sosial**
   Fungsi ini mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, serta terhindar dari tekanan dan ketegangan.
b. **Fungsi Kedua : Komunikasi Ekspresif**
   Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan sendirian ataupun kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita). Perasaan -perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah, dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat puisi, lagu, tarian, lukisan, dan pemberian bunga maupun drama.

c. **Fungsi Ketiga : Komunikasi Ritual**
   Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan seoanjang tahun dan sepanjang hidup yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (nyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue), pertunangan (melamar, tukar cincin), siraman, pernikahan (*ijab-qabul*, sungkem kepada orang tua dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, upacara kematian hingga kegiatan olahraga (olimpiade, PON dan sebagainya). Dalam acara-acara itu, orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik.
d. **Fungsi Keempat : Komunikasi Instrumental**
   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur. Apabila diringkas ke semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (besifat *persuasif*). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasi dalam arti pembicara menginginkan pendengarannya memercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. Bahkan komunikasi yang menghibur (*to intertain*) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.(**Daryanto**, 2001:129-132)

Dari fungsi-fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli diatas, maka komunikasi pun memiliki tujuan penting dalam kehidupan manusia.

2.1.1.6 Tujuan Komunikasi

Suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator terhadap komunikan sudahlah tentu mempunyai tujuan yang hendak di capai. Tujuan utama dari komunikasi adalah untuk membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami

atau mengerti bukan berarti harus menyetujui, tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

Menurut **Daryanto** dalam buku Ilmu Komunikasi, mengemukakan bahwa tujuan komunikasi antara lain :

a. **Perubahan sikap *(attitude change)***
   Seorang komunikan setelah menerima pesan, kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, kita berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
b. **Perubahan pendapat *(opinion change)***
   Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami arti komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan. Contoh: berita yang disampaikan oleh surat kabar. Informasi dapat diterima khalayak dalam waktu bersamaan, namun opini/pendapat yang muncul dari setiap individu berbeda-beda.
c. **Perubahan perilaku *(behavior change)***
   Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku ataupun tindakan seseorang. Contoh: Kampanye kesehatan, misalnya mengenai merokok menyebabkan gangguan kesehatan. Misalnya, setelah mengikuti kampanye tersebut, seorang perokok kemudian berusaha mengurangi atau berhenti merokok.
d. **Perubahan sosial *(social change)***
   Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Contoh : Di perkantoran, seringkali terjadi komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau memengaruhi sikap semata, melainkan kadang-kadang terdapat maksud implisit di baliknya, yakni untuk membina hubungan baik. **(Daryanto**, 2011:148-149)

Tujuan komunikasi diatas merupakan maksud dari penyampaian pesan yang hendak disampaikan oleh komunikator terhadap

komunikannya sebagai upaya pengendalian interaksi yang terjadi di sekitar lingkungan tempat mereka berada.

2.1.1.7 Sifat Komunikasi

Menurut **Effendy** dalam bukunya, ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Komunikasi Verbal *(Verbal Communication)*
   1) Komunikasi lisan *(Oral Communication)*
   2) Komunikasi tulisan *(Written Communication)*
b. Komunikasi Nirverbal *(Nonverbal Communication)*
   1) Komunikasi kial *(Gestural/Body Communication)*
   2) Komunikasi gambar *(Pictorial Communication)*
   3) Lain-lain
c. Komunikasi tatap muka *(Face-to-face Communication)*
d. Komunikasi bermedia *(Mediated Communication)* (**Effendy**, 2003:53)

2.1.1.8 Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi yang dimaksudkan adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikan seperti itu, **Effendy** mengklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk seperti berikut :

a. Komunikasi pribadi *(Personal Communication)*
   1) Komunikasi intrapribadi *(Intrapersonal Communication)*
   2) Komunikasi antarpribadi *(Interpersonal Communication)*

b. Komunikasi kelompok *(Group Communication)*
   1) Komunikasi kelompok kecil *(Small Group Communication)*, misalnya ceramah *(lecture)*, forum, simposium, diskusi panel, seminar, curahsaran *(brainstorming)* dan lain-lain.
   2) Komunikasi kelompok besar *(Large Group Communication/public speaking)*

c. Komunikasi massa *(Mass Communication)*
   1) Komunikasi media massa cetak/pers *(Printed Mass Media Communication)*, misalnya surat kabar dan majalah.
   2) Komunikasi media massa elektronik (electronic mass media communication), misalnya radio, televisi, film dan lain-lain.

d. Komunikasi medio *(Medio Communication)*
   Misalnya : surat, telepon, pamflet, poster, spanduk dan media lainnya yang tidak termasuk media massa. (**Effendy**, 2003:53-55)

Proses komunikasi ini dilakukan dalam berbagai konteks yang salah satunya adalah komunikasi antar pribadi sebagai konteks komunikasi dalam penelitian ini khususnya. Untuk lebih memahami komunikasi antarpribadi, berikut penjelasannya seperti di bawah ini.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

Manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan orang lain sudah pasti akan melakukan interaksi dengan lainnya, dengan kata lain manusia akan melakukan kontak sosial dengan manusia lainnya (berkomunikasi) untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya. Karena disadari atau tidak, komunikasi merupakan medium penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi dan utuk kontak sosial. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini akan dijelaskan mengenai komunikasi antar pribadi yang diawali dengan pengertian komunikasi antar pribadi itu sendiri.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antarpribadi/interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, meskipun demikian tidaklah mudah untuk memberikan definisi yang tepat dan dapat diterima oleh semua pihak. Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi antarpribadi pun memiliki banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Para ahli merumuskan pengertian komunikasi antarpribadi secara berbeda-beda.

Menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan bahwa :

> "Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal." (**Mulyana**, 2010:81)

Pendapat senada dikemukakan oleh **Agus M. Hardjana** (2003:85) yang mengatakan :

> "Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula". (**Suranto**, 2011:3)

Sedangkan menurut **Joseph A. Devito** dalam bukunya *"The Interpersonal Communication Book"*. (Devito, 1989:4) sebagai :

> "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (*The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*). (**Effendy**, 2003:59-60)

Berdasarkan definisi dari beberapa pakar komunikasi diatas menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan komunikasi yang terjadi secara tatap muka antara dua orang (diadik) atau tiga orang (triadik) dan menghasilkan efek atau umpan balik secara langsung.

2.1.2.2 Komponen-Komponen Komunikasi Antar Pribadi

Asumsi dari komunikasi antarpribadi dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi antarpribadi akan terjadi apabila suatu komunikator menyampaikan pesan atau informasi yang dapat berupa lambang baik verbal maupun nonverbal kepada komunikannya. Berdasarkan asumsi tersebut maka terdapat komponen-komponen yang saling berperan satu sama lain dalam komunikasi antarpribadi.

Menurut **Suranto** komponen-komponen dalam komunikasi antarpribadi tersebut diantaranya adalah :

1. **Sumber/Komunikator,** merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain.

2. ***Encoding,*** suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non-verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.
3. **Pesan,** merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain.
4. **Saluran**, merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.
5. **Penerima/komunikan,** adalah seeorang yang menerima, memahami dan menginterpretasi pesan.
6. **Decoding,** merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk "mentah", berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
7. **Respon,** yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan baik bersifat positif, netral maupun negatif.
8. **Gangguan *(noise),*** merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan phsikis.
9. **Konteks komunikasi,** komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi (ruangan, halaman, jalanan). Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan (pagi, siang, malam). Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi (adat istiadat, situasi rumah, norma sosial, dan lainnya). (**Suranto**, 2011:7-9)

2.1.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Antar Pribadi

Setiap menjalani aktifitas kehidupan sehari-hari, komunikasi antarpribadi merupakan jenis komunikasi yang selalu dilakukan oleh semua orang. Sehingga dengan demikian, terdapat ciri-ciri yang membedakan komunikasi antarpribadi dengan jenis komunikasi lainnya.

Dalam buku **Komunikasi Interpersonal**, **Suranto** menjelaskan bahwa ciri-ciri komunikasi interpersonal/antarpribadi adalah :

1. **Arus pesan dua arah.** Komunikasi interpersonal atau antarpribadi menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat.
2. **Suasana nonformal**. Relevan dengan suasana nonformal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis. Forum komunikasi yang dipilih cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.
3. **Umpan balik segera.** Oleh karena komunikasi antarpribadi biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui segera baik secara verbal maupun nonverbal.
4. **Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat.** Komunikasi antarpribadi menuntut agar pesertanya dalam jarak yang dekat baik fisik (bertatap muka) maupun psikologis (keintiman hubungan antarindividu).
5. **Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.** Artinya peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi. (**Suranto**, 2011:14-16)

Sementara itu **Judy C. Pearson** (**S. Djuarsa Sendjaja**, 2002:2.1) menyebutkan enam ciri-ciri atau karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Komunikasi interpersonal/antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*). Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.
2. Komunikasi interpersonal/antarpribadi bersifat transaksional. Cirinya terlihat dari sifatnya yang dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
3. Komunikasi interpersonal/antarpribadi menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Maksudnya, efektivitas komunikasi antarpribadi tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan kadar hubungan antarindividu.

4. Komunikasi interpersonal/antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Artinya akan lebih efektif manakala pihak-pihak yang berkomunikasi itu saling bertatap muka.
5. Komunikasi interpersonal/antarpribadi menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan yang lainnya (interdependensi). Artinya komunikasi antarpribadi melibatkan ranah emosi, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
6. Komunikasi interpersonal/antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika seseorang sudah terlanjur mengucapkan sesuatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang. (**Suranto**, 2011:16)

2.1.2.4 Jenis-Jenis Komunikasi Antar Pribadi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang berlangsung secara tatap muka diantara dua orang atau tiga orang. Maka dari itu secara teoritis, **Effendy** mengklasifikasikan komunikasi antarpribadi menjadi dua jenis berdasarkan sifatnya, yaitu :

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*), adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan. Oleh karena perilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsug secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang itu.
2. Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*), adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung. (**Effendy**, 2003:62-63)

Merujuk pada klasifikasi atau jenis komunikasi antarpribadi diatas, baik komunikasi secara diadik (dua orang) maupun komunikasi triadik (tiga orang), maka komunikasi antarpribadi memiliki beberapa tujuan.

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Sebagai manusia yang melakukan tindakan komunikasi, sudahlah pasti mempunyai tujuan yang hendak dicapai dari proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi merupakan suatu *action oriented* yang artinya suatu tindakan yang berorientasikan pada tujuan tertentu.

Tujuan komunikasi antarpribadi dipaparkan oleh **Suranto** dalam bukunya **Komunikasi Interpersonal**, diantaranya :

1. **Mengungkapkan perhatian kepada orang lain.** Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi antarpribadi hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek (terkesan dengan basa-basi).
2. **Menemukan diri sendiri.** Artinya, seseorang melakukan komunikasi antarpribadi karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.
3. **Menemukan dunia luar.** Dengan komunikasi antarpribadi diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual serta dengan informasi itu dapat dikenali dan ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya tidak diketahui. Jadi komunikasi merupakan “jendela dunia”, karena dengan berkomunikasi dapat mengetahui berbagai kejadian di dunia luar.
4. **Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.** Maksudnya bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri, perlu bekerja sama dengan orang lain. Semakin banyak teman yang dapat diajak bekerja sama, maka semakin lancarlah pelaksanaan kegiatan dalam hidup sehari-hari.

5. **Mempengaruhi sikap dan tingkah laku.** Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab pada dasarnya, komunikasi adalah sebuah fenomena, sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan memberi makna pada situasi kehidupan manusia, termasuk memberi makna tertentu terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sikap.
6. **Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu.** Berbicara dengan teman mengenai acara hari ulang tahun, berdiskusi mengenai olahraga, bertukar cerita-cerita lucu adalah merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu. Di samping itu juga dapat mendatangkan kesenangan, karena dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan suasana rileks, ringan dan menghibur dari semua keseriusan berbagai kegiatan sehari-hari.
7. **Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi.** Artinya, dengan komunikasi antarpribadi dapat dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.
8. **Memberikan bantuan (konseling).** Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi antarpribadi dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Dalam kehidupan sehari-hari, di kalangan masyarakat pun juga dapat dengan mudah diperoleh contoh yang menunjukkan fakta bahwa komunikasi antarpribadi dapat dipakai sebagai pemberian bantuan (konseling) bagi orang lain yang memerlukan. Misalnya seorang remaja yang saling "curhat". (**Suranto**, 2011:19-22)

Tujuan-tujuan yang diintregrasikan dalam komunikasi antar pribadi memiliki fungsi-fungsi didalamnya.

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Dalam komunikasi antarpribadi memiliki fungsi-fungsi yang dijadikan sebagai proses perolehan atau pencapaian dari tujuan, dan fungsi komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi (KAP) memiliki dua fungsi, yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Untuk jelasnya, berikut uraian fungsi komunikasi antarpribadi.

1. **Fungsi Sosial**

   Untuk kebutuhan biologis dan psikologis.

   Sejak lahir kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Kita belajar makna cinta, kasih sayang, keintiman, simpati, rasa hormat, rasa bangga, bahkan iri hati dan kebencian. Melalui komunikasi kita dapat mengalami berbagai kualitas perasaan itu dan membandingkannya antara perasaan yang satu dengan perasaan yang lain.

   Mengembangkan hubungan timbal balik.

   Komunikasi dengan suatu proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik secara verbal atau nonverbal, seseorang penerima bereaksi dengan jawaban verbal atau menganggukkan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya. Jadi, hubungan timbal balik ini berfungsi sebagai unsur pemerkaya, pemerkuat KAP sehingga harapan-harapan dalam proses komunikasi menjadi sungguh-sungguh terjadi.

   Untuk meningkatkan dan mempertahankan mutu diri sendiri.

   Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

Menangani konflik.
Untuk melakukan komunikasi dengan baik, sebaiknya kita mengetahui situasi dan kondisi serta karakteristik lawan bicara kita. Sebagaimana yang kita tahu, bahwa setiap manusia itu seperti sebuah radar yang melingkupi lingkungan. Manusia bisa menjadi sangat sensitif pada bahasa tubuh, ekspresi wajah, postur, gerakan, intonasi suara yang akan membantu individu untuk memberi penekanan pada kebenaran, ketulusan dan reliabilitas dari komunikasi itu sendiri sehingga komunikasi itu sendiri dapat mempengaruhi pola pikir lawan bicara kita. Dengan demikian KAP berfungsi untuk mengurangi atau mencegah timbulnya suatu konflik di dalam suatu organisasi atau kelompok masyarakat. Dengan adanya KAP maka permasalahan kecil yang timbul dapat ditekan.

2. **Fungsi Pengambilan Keputusan**
Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi. Dalam proses memberi atau bertukar informasi, komunikasi sangat memiliki pengaruh yang sangat efektif digunakan karena dalam hal ini komunikasi dapat mewakili informasi yang dikehendaki dalam pesan yang ia sampaikan sebagai bahan percakapan pada kegiatan komunikasi.

Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Komunikasi yang berfungsi seperti ini mengandung muatan persuasif dalam arti pembicara ingin pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. Bahkan komunikasi yang sifatnya menghibur pun secara tidak langsung membujuk khlayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.[1]

[1]http://www.scribd.com/doc/28963135/MAKALAH-FUNGSI KOMUNIKASIANTARPRIBADI/ di kutip pada hari Sabtu, 24 Maret 2012/pukul 01:54 WIB

2.1.3 Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Dalam prosesnya, manusia melakukan komunikasi dengan manusia lainnya dengan menggunakan simbol-simbol baik verbal (penggunaan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan) maupun nonverbal (berupa lambang-lambang seperti gesture/gerak tubuh, warna, dan lainnya). Berikut akan dijelaskan mengenai komunikasi verbal dan nonverbal.

2.1.3.1 Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. (**Mulyana**, 2010:260)

Menurut **Larry A. Samovar** dan **Richard E. Porter** dalam **Mulyana** mengemukakan bahwa bahasa verbal adalah :

> "sarana utama untuk menyatakan pikiran, yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu". (**Mulyana,** 2010:261)

Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan *dimiliki bersama*, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

Tatabahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata. [2]

2.1.3.2 Fungsi Bahasa

Menurut **Larry L. Barker** dalam **Deddy Mulyana**, bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming atau labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.

[2] http://adiprakosa.blogspot.com/2008/10/komunikasi-verbal-dan-non-verbal.html/ dikutip pada hari minggu, 25 Maret 2012/ pukul 13:59 WIB

2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita. (**Mulyana**, 2005:75)

Sementara itu, **Cansandra L. Book** dalam **Mulyana** mengemukakan, agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu :

1. **Untuk mengenal dunia di sekita kita.**
   Melalui bahasa Anda mempelajari apa saja yang menarik minat Anda, Kita dapat berbagi pengalaman, kita juga menggunakan bahasa untuk memperoleh dukungan atau persetujuan dari orang lain atas pengalaman atau pendapat kita.
2. **Sebagai sarana untuk berhubungan dengan orang lain.**
   Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita dan mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita.
3. **Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita.**
   Berfungsi untuk memungkinkan hidup kita lebih teratur, saling memahami mengenai diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita dan tujuan-tujuan kita. (**Mulyana**, 2010:267-268)

2.1.3.3 Keterbatasan Bahasa

Berbicara mengenai komunikasi verbal, banyak dari orang sebagai pelaku komunikasi tidak menyadari bahwa bahasa itu terbatas. Keterbatasan bahasa tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

- **Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek.**

  Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan

sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi buka realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak.

Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dan sebagainya.

- **Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.**

  Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda. Kata *berat*, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam, misalnya: tubuh orang itu *berat*; kepala saya *berat*; ujian itu *berat*; dosen itu memberikan sanksi yang *berat* kepada mahasiswanya yang nyontek, awan *berat* menggantung di langit; saya belum makan makanan *berat* hari ini, dan sebagainya.

- **Kata-kata mengandung bias budaya.**

  Bahasa terikat konteks budaya. Dengan ungkapan lain, bahasa dapat dipandang sebagai perluasan budaya. Menurut Hipotesis **Sapir Whorf**, sering juga disebut *Teori Relativitas Linguistik*, sebenarnya setiap bahasa menunjukkan suatu dunia simbolik yang khas, yang melukiskan realitas pikiran,

pengalaman batin dan kebutuhan pemakainya. Jadi bahasa yang berbeda sebenarnya mempengaruhi pemakainya untuk berpikir, melihat lingkungan dan alam semesta di sekitarnya dengan cara yang berbeda, dan karenanya berperilaku secara berbeda pula.

- **Percampuran adukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.**

  Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Contoh: apa yang ada dalam pikiran kita ketika melihat seorang pria dewasa sedang membelah kayu pada hari kerja pukul 10.00 pagi? Kebanyakan dari kita akan menyebut orang itu sedang *bekerja*. Akan tetapi, jawaban sesungguhnya bergantung pada: Pertama, apa yang dimaksud *bekerja*? Kedua, apa pekerjaan tetap orang itu untuk mencari nafkah? Bila yang dimaksud *bekerja* adalah melakukan pekerjaan tetap untuk mencari nafkah, maka orang itu memang sedang bekerja. Akan tetapi, bila pekerjaan tetap orang itu adalah sebagai dosen, yang pekerjaannya adalah membaca, berbicara, menulis, maka membelah kayu bakar dapat kita anggap bersantai baginya, sebagai selingan di antara jam-jam kerjanya.

  Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mencampuradukkan fakta dan dugaan. Banyak peristiwa yang

kita anggap fakta sebenarnya merupakan dugaan yang berdasarkan kemungkinan. (**Mulyana**, 2010:269-280)

2.1.3.4 Komunikasi Nonverbal

Dalam aktivitas sehari-hari, kita tidak dapat terlepas dari yang namanya komunikasi nonverbal. Salah satu aspek dari komunikasi nonverbal adalah pada saat kita berupaya untuk memahami makna dari setiap pesan komunikasi.

Seperti yang dikemukakan oleh **Albert Mehrabian** (1981) di dalam bukunya *"Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes"*, menegaskan hasil penelitiannya bahwa makna setiap pesan komunikasi dihasilkan dari fungsi-fungsi: 7% pernyataan verbal, 38% bentuk vokal, dan 55% ekspresi wajah. Dengan demikian, kode-kode nonverbal merupakan aspek penting di dalam komunikasi manusia. (**Sendjaja**, 2004:6.1)

Menurut **Larry A. Samovar** dan **Richard E. Porter**, 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**, 2010:343)

Pengertian komunikasi nonverbal adalah semacam "evaluasi" atau sesuatu yang sulit dipahami. Karena komunikasi nonverbal menyangkut "rasa" atau "emosi", jenis dan jumlah tindakan-tindakan nonverbal sangat beraneka ragam dan banyak membantu pembentukan makna pada setiap pesan komunikasi yang ada. (**Sendjaja**, 2004:6.3)

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. [3]

Banyak dari para ahli komunikasi mendefinisikan komunikasi nonverbal yang menimbulkan perdebatan. Sehingga hal tersebut membuktikan bahwa adanya kesukaran dalam memberikan batasan pengertian akan komunikasi nonverbal. Oleh karena itu, untuk memudahkan kita memahami akan definisi komunikasi nonverbal, secara umum **Sendjaja** mengemukakan bahwa :

> "komunikasi nonverbal merupakan pesan-pesan yang diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan/tindakan/perilaku atau suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa". (**Sendjaja**, 2004:6.5)

[3] ibid

2.1.3.5 Jenis Komunikasi Nonverbal

Menurut **Sendjaja** dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi**, menguraikan secara rinci jenis-jenis komunikasi nonverbal kedalam lima kelompok, diantaranya adalah :

1. **Komunikasi Tubuh**
   Dari semua jenis komunikasi nonverbal, komunikasi tubuh adalah yang paling penting. Karena komunikasi tubuh paling sering digunakan. Misalnya : *gesture*/isyarat, ekspresi wajah, gerakan mata dan sentuhan.
2. **Komunikasi Ruang**
   Dalam kehidupan sehari-hari, sering terlihat dua orang berbicara dengan jarak yang jauh, tidak senang orang lain masuk kamarnya, ada juga yang sering mengganti dekorasi rumahnya atau menyenangi warna-warna tertentu. Semua itu adalah aspek-aspek dari komunikasi ruang. Dari contoh tersebut komunikasi ruang dikelompokkan dalam tiga jenis yaitu : *proxemics* (komunikasi jarak), teritorial (kepemilikan), estetika dan warna.
3. **Diam**
   Diam dapat berarti bersikap tidak memihak, tidak suka membicarakan orang lain, setuju dengan hal-hal yang baik, dan mudah memahami kesalahan-kesalahan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa "diam" memberikan benyak informasi di dalam proses komunikasi manusia. Diam, dalam proses komunikasi sehari-hari berkaitan dengan beberapa fungsi, yaitu : memberi kesempatan berpikir, menyakiti, mengisolasi diri sendiri, mencegah komunikasi, mengkomunikasikan perasaan, dan tidak menyampaikan sesuatupun.
4. ***Paralanguage***
   Adalah suara-suara atau vokal nonverbal yang merupakan aspek-aspek dari percakapan. *Paralanguage* mencakup kecepatan berbicara; *volume*, ritme, resonansi, bentuk-bentuk vokal seperti tertawa, pekikan, rintihan, semburan, rengekan, suara-suara "*uh-uh*" dan tinggi rendah suara.
5. **Komunikasi Temporal (waktu)**
   Penggunaan waktu pada setiap masyarakat akan berbeda-beda. Pentingnya ketetapan dan keterlambatan waktu bisa juga berada bagi setiap individu. Ada dua hal yang penting dan berkaitan dengan penggunaan waktu di dalam proses komunikasi yaitu menunjukkan status serta waktu dan kesesuaian. (**Sendjaja**, 2004:6.22-6.31)

2.1.3.6 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Dalam cara berkomunikasi secara verbal akan berbeda dengan komunikasi nonverbal, tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa kedua bentuk komunikasi tersebut dibutuhkan bersama-sama untuk tercapainya suatu komunikasi yang efektif. Penggabungan kedua komunikasi tersebut demi terciptanya pembentukan makna suatu pesan secara keseluruhan. Hal itu merupakan sebuah fungsi umum dari komunikasi nonverbal.

Menurut **Paul Ekman**, terdapat enam fungsi komunikasi nonverbal, yaitu :

1. **Repetisi atau penggulungan**, berfungsi untuk memperkuat makna pesan-pesan verbal yang dikomunikasikan.
2. **Kontradiksi atau berlawanan**, tindakan-tindakan ini biasanya terekspresikan secara berada atau bahkan bertentangan dengan apa yang terucapkan. Sikap ini akan menimbulkan pesan-pesan yang bermakna rangkap. Misalnya berbohong.
3. **Substitusi atau pengganti**, suatu tanda juga menggantikan pesan verbal yang dikomunikasikan. Misalnya : tersenyum, menarik napas panjang, atau mengerutkan kening.
4. **Komplemen atau pelengkap**, pelengkap pesan verbal. Tindakan-tindakan nonverbal dari seluruh bagian tubuh digunakan melengkapi pembentukan makna pada pesan-pesan verbal. Misalnya melukiskan suatu ungkapan verbal dengan gerakan-gerakan ilustratif.
5. **Reguler atau pengatur**, berupa sikap-sikap untuk menyesuaikan atau menyatakan tidak setuju.
6. **Aksentuasi atau penekanan**, berfungsi untuk menegaskan pesan-pesan verbal seperti, mengkritik seseorang dengan menunjukkan jari atau dengan intonasi suara yang tinggi. (**Sendjaja**, 2004:6.31-6.33)

Sementara itu, **Dale G. Leathers** (1976) dalam *Nonverbal Communication Systems*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan nonverbal sangat signifikan. Yaitu:

a. Factor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatap muka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lain pun lebih banyak 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.
b. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.
c. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
d. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan.
e. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abtraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.
f. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).[4]

2.1.4 Tinjauan Tentang Interaksi Sosial

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Di dalam dirinya terdapat hasrat untuk bergaul, berkomunikasi, dan bekerja sama dengan orang lain. Oleh sebab itu, interaksi dengan orang lain merupakan kebutuhan yang paling mendasar dalam diri seseorang.

[4] ibid

Seseorang berkenalan dengan orang lain, bekerja sama, berorganisasi, bersaing dan bahkan berkonflik untuk mendapatkan sesuatu yang dituju oleh dirinya. Maka hubungan-hubungan yang disebutkan tadi merupakan sebuah contoh dari interaksi sosial.

2.1.4.1 Pengertian Interaksi Sosial

Dalam buku yang berjudul **Sosiologi Suatu Pengantar**, **Soekanto** mendefinisikan interkasi sosial sebagai berikut :

> "interaksi sosial (yang juga dapat dinamakan proses sosial) adalah cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila para individu dan kelompok-kelompok saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk hubungan tersebut atau apa yang akan terjadi apabila ada perubahan-perubahan yang menyebabkan goyahnya cara-cara hidup yang telah ada. Atau dengan kata lain, proses sosila diartikan sebagai pengaruh timbal balik antara pelbagai segi kehidupan bersama". (**Soekanto**, 2007:55)

Sementara itu, **Suranto** berpendapat mengenai interaksi sosial yang diungkapkannya sebagai berikut :

> "Interaksi sosial (social interaction) adalah suatu proses berhubungan yang dinamis dan saling pengaruh-mempengaruhi antarmanusia". (**Suranto**, 2011:5)

Definisi lain mengenai interaksi sosial yang diterangkan oleh **Kun Maryati**. Beliau menjabarkan interaksi sosial seperti dibawah ini :

> "Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik (sosial) berupa aksi saling mempengaruhi antara individu dan individu, antara individu dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok". (**Maryat**i, 2001:56)

Dari uraian diatas, terlihat bahwa dalam interaksi sosial terjadi hubungan timbal balik yang melibatkan aspek sosial dan kemanusiaan kedua belah pihak, seperti emosi, fisik, kepentingan. Di dalam interaksi, salah satu pihak memberikan stimulus atau aksi dan pihak lain memberikan respons atau reaksi. Dengan demikian, ia memengaruhi tingkah laku orang lain. Seseorang memengaruhi tingkah laku orang lain melalui kontak. Kontak dapat berupa kontak fisik langsung maupun tidak langsung.suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat :

1. Adanya kontak sosial
2. Adanya komunikasi (**Tim Mitra Guru**, 2007:36)

2.1.4.2 Ciri-Ciri Interaksi Sosial

Menurut **Charles P. Loomis** dalam **Maryati,** sebuah hubungan dapat dikatakan Interaksi sosial apabila memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Jumlah pelaku dua orang atau lebih.
2. Adanya komunikasi antarpelaku dengan menggunakan simbol atau lambang.

3. Adanya suatu dimensi waktu yang meliputi masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang.
4. Adanya tujuan yang hendak dicapai sebagai hasil dari interaksi tersebut. (**Maryati**, 2001:56)

Dengan adanya ciri-ciri seperti yang dijelaskan diatas, maka interaksi sosial pun memiliki suatu syarat sehingga interaksi sosial pun akan tercipta.

2.1.4.3 Syarat-Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Soerjono Soekanto dalam bukunya yang berjudul **Sosiologi Suatu Pengantar** mengemukakan bahwa interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu :

1. Adanya kontak sosial (*social-contact*);
2. Adanya komunikasi. (**Soekanto**, 2007:58)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh **Soekanto** di atas, maka dapat diuraikan satu persatu mengenai syarat-syarat interaksi sosial sebagai berikut :

1. Kontak sosial adalah hubungan antara satu orang atau lebih dengan orang lain melalui komunikasi tentang maksud dan tujuan masing-masing dalam kehidupan masyarakat. Kontak sosial dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung antara satu pihak dan pihak lainnya. Kontak sosial dapat bersifat positif maupun negatif, yang bersifat positif mengarah pada suatu kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif , mengarah pada suatu pertentangan atau konflik, bahkan pemutusan interaksi sosial.
2. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain, sehingga terjadi pengertian bersama. Arti yang terpenting dari komunikasi adalah bahwa seseorang memberikan tafsiran pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, sikap)perasaan-perasaan apa yang ingin

disampaikan oleh orang tersebut. (**Tim Mitra Guru**, 2007:37-38)

2.1.4.4 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Banyak para ahli sosiologi mengutarakan bahwa interaksi sosial memiliki berbagai bentuk, salah satunya adalah **Soekanto** yang menyebutkan ada empat bentuk interaksi sosial, diantaranya adalah :

1. Kerja sama (*cooperation*),
2. Persaingan (*competition*),
3. Akomodasi (*accomodation*), dan
4. Pertentangan atau pertikaian (*conflict*). (**Soekanto**, 2007:65)

Berbeda dengan **Soekanto**, ada bentuk-bentuk interaksi sosial yang disebutkan oleh **Tim Mitra Guru** dalam buku **Sosiologi**, bentuk bentuk tersebut antara lain :

1. **Interaksi sosial antarindividu**
   Interaksi yang terjadi antara satu orang dan orang lain, dapat berupa interaksi langsung maupun tidak langsung. Contohnya dua orang berkomunikasi dalam situasi wawancara pekerjaan, yaitu petugas seleksi penerimaan kerja mewawancarai pelamar pekerjaan.
2. **Interaksi sosial antara individu dan kelompok**
   Interaksi yang terjadi antara satu orang dan sekelompok orang, dapat berupa interaksi langsung maupun tidak langsung. Contohnya seorang ketua kelas yang sedang berbicara mengenai program sekolah kepada teman-teman sekelasnya.
3. **Interaksi sosial antarkelompok**
   Interaksi antarkelompok dapat juga berupa langsung maupun tidak langsung. Contohnya adalah kerusuhan antara kelompok anak muda dari kelurahan matraman dan kelompok anak muda dari kelurahan palmerah yang disebabkan masalah daerah kekuasaan. (**Tim Mitra Guru**, 2007:38)

2.1.5 Tinjauan Tentang Daya Tarik

Dalam mengembangkan hubungan suatu kegiatan komunikasi salah satu faktor yang paling penting dan banyak di telaah adalah daya tarik (*attraction*). Apa yang membuat kita tertarik kepada suatu hal atau tertarik terhadap orang-orang tertentu yang dianggap menarik dan atau sebaliknya. Daya tarik merupakan sebuah kecenderungan sifat simpati maupun empati yang menimbulkan ketergantungan terhadap sesuatu hal

Dalam situs **www.artikata.com** didapat definisi Daya Tarik sebagai berikut :

> *"Attraction an invisible power in a body by which it draws anything to itself; the power in nature acting mutually between bodies or ultimate particles, tending to draw them together, or to produce their cohesion or combination, and conversely resisting separation".*
> (daya tarik merupakan kekuatan dalam tubuh yang mana kekuatan ini menarik segala sesuatunya sendiri, kekuatan alami yang saling berhubungan antara tubuh dan bagian-bagian kecil lainnya, yang cenderung untuk saling menyatu atau menghasilkan ikatan atau perpaduan, dan sebaliknya akan menahannya dari perpecahan atau pemisahan). [5]

Daya tarik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh disaat seseorang (komunikator) melakukan komunikasi, sehingga komunikan yang menjadi lawan bicara atau lawan komunikasinya menjadi simpati terhadapnya. Hal ini dikarenakan dengan adanya daya tarik, komunikator akan lebih mudah mendekatkan diri

[5] http://www.artikata.com/arti-12510-attraction.html/di kutip pada hari minggu, 25 maret 2012/ pukul 22:32 WIB

dengan komunikannya serta dengan begitu akan lebih mudah untuk meyakinkan dan mengubah perilaku komunikannya.

Suranto dalam bukunya **Komunikasi Interpersonal** mengemukakan daya tarik komunikator meliputi tiga hal, diantaranya yaitu :

1. **Daya tarik fisik (*physical attractivenes*)**
   Memudahkan tercapainya simpati dan perhatian orang. Terdapat kecenderungan bahwa orang cantik atau tampan akan lebih menarik, sehingga lebih efektif dalam mempengaruhi pendapat orang lain, diperlakukan lebih sopan dan menjadi pusat perhatian.
2. **Kesamaan**
   Pada umumnya orang akan lebih tertarik kepada orang lain yang berpandangan sama dengan dirinya. Prinsip adanya kebersamaan ini menjadi salah satu faktor keberhasilan komunikasi. Seorang komunikator mempunyai kesamaan dengan komunikan akan memberi daya tarik tersendiri bila dibandingkan dengan komunikator yang memiliki perbedaan pada banyak hal dengan komunikan. Jika komunikan merasa bahwa komunikator mempunyai sifat yang menarik maka akan mendorong keterlibatan keduanya dalam komunikasi yang memuaskan.
3. **Keakraban**
   Familiaritas atau sikap akrab merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik komunikator di mata komunikan. Seorang komunikator yang akrab dengan komunikan akan lebih menarik dan akhirnya menjadikan komunikasi efektif. Pada dasarnya seorang komunikan akan lebih menyenangi komunikator yang memiliki hubungan erat dengan dirinya. Komunikator yang berhasil mendekatkan hubungan lebih memperoleh tanggapan positif, sementara orang yang berusaha menjauhkan diri, tidak diperhatikan. (**Suranto**, 2011:121)

Sama halnya dengan apa yang dikemukakan **Suranto** diatas, **Devito** di dalam bukunya menyebutkan terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi daya tarik. Lima faktor tersebut diantaranya adalah :

1. **Daya tarik (fisik dan kepribadian)**
   Bila kita mengatakan, "Saya merasa orang itu menarik", barangkali yang Anda maksud bahwa orang itu menarik secara fisik atau kepribadian atau cara berperilakunya menarik. Kebanyakan, kita lebih menyukai orang yang secara fisik menarik daripada orang yang secara fisik tidak menarik, dan kita lebih menyukai orang yang memiliki kepribadian menyenangkan daripada yang tidak.
2. **Kedekatan (Proksimitas)**
   Jika kita mengamati orang yang menurut kita menarik, mungkin kita menjumpai bahwa mereka adalah orang-orang yang tinggal atau bekerja dekat kita. Ini barangkali merupakan satu temuan yang paling sering muncul dari riset tentang daya tarik antarpribadi. Sehingga kedekatan dipengaruhi oleh jarak, dan jarak merupakan paling penting pada tahap-tahap awal interaksi. Kedekatan juga memungkinkan kita lebih mengenal orang lain.
3. **Pengukuhan**
   Kita menyukai orang yang menghargai atau mengukuhkan kita. Penghargaan atau pengukuhan dapat bersifat sosial (misalnya, komplimen atau pujian) atau bersifat material (misalnya, hadiah atau promosi). Tetapi, bila berlebihan penghargaan kehilangan efektivitasnya dan dapat menimbulkan reaksi negatif. Orang yang terus menerus memberikan penghargaan kepada Anda dengan segera membuat Anda waspada, dan Anda mulai berhati-hati dengan apa yang dikatakannya. Juga, agar penghargaan efektif, ia harus terasa tulus dan tidak didorong oleh kepentingan pribadi.
4. **Kesamaan (*similarity*)**
   Dengan tertarik kepada orang yang seperti kita, kita membenarkan diri kita sendiri. Kita mengatakan kepada diri sendiri bahwa kita pantas disukai dan kita ini menarik. Pada umumnya, kita menyukai orang yang sama dengan kita dalam hal kebangsaan, suku bangsa, kemampuan, karakteristik fisik, kecerdasan, sikap dan selera (khususnya). Makin penting sikap, makin penting kesamaan.
5. **Sifat saling melengkapi (*complementarity*)**
   Walaupun banyak orang berpendapat bahwa "orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama akan bersatu," ada pula orang yang berpendapat bahwa "kutub yang berlawanan saling tarik-menarik". Pendekatan yang terakhir ini mengikuti prinsip sifat saling melengkapi (*complementarity* atau *komplementaritas*). **Theodore Reik**, dalam *A Psychologist Looks at Love* (1944), berpendapat bahwa kita jatuh cinta kepada orang yang memiliki karakteristik yang tidak kita miliki dan bahwa sebenarnya kita merasa iri. Sebagai contoh, seorang

> *intover* yang tidak senang karena sifatnya yang pemalu mungkin merasa tertarik kepada seorang yang *ekstrover*. (**Devito**, 2011:261-264)

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran baik secara teoritis maupun konseptual. Adapun kerangka pemikiran secara teoritis dan konseptual, sebagai berikut :

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini didasari dengan pendekatan pada kajian komunikasi interpersonal. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain, secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. (**Mulyana**, 2010:81)

Dalam komunikasi terdapat sifat yang diantaranya yaitu verbal dan nonverbal. Demikian pula pada komunikasi interpersonal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah kebalikan dari komunikasi verbal dimana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata-kata.

Adapun fokus dari penelitian ini adalah daya tarik penyanyi dangdut dalam saweran pada acara hiburan dangdut khususnya acara hajatan. Dalam saweran adanya komunikator yang mendekatkan diri dengan komunikan dalam hal ini penyanyi dengan penontonnya. Bila

seorang penyanyi dangdut dalam suatu hiburan pada acara hajatan memiliki daya tarik dimata penontonnya maka saweran akan diberikan kepada penyanyi dangdut tersebut.

Dalam **Suranto** dalam bukunya **Komunikasi Interpersonal** mengemukakan daya tarik komunikator meliputi tiga hal, diantaranya yaitu :

1. **Daya tarik fisik (*physical attractivenes*)**
   Memudahkan tercapainya simpati dan perhatian orang. Terdapat kecenderungan bahwa orang cantik atau tampan akan lebih menarik, sehingga lebih efektif dalam mempengaruhi pendapat orang lain, diperlakukan lebih sopan dan menjadi pusat perhatian.
2. **Kesamaan**
   Pada umumnya orang akan lebih tertarik kepada orang lain yang berpandangan sama dengan dirinya. Prinsip adanya kebersamaan ini menjad salah satu faktor keberhasilan komunikasi. Seorang komunikator mempunyai kesamaan dengan komunikan akan memberi daya tarik tersendiri bila dibandingkan dengan komunikator yang memiliki perbedaan pada banyak hal dengan komunikan. Jika komunikan merasa bahwa komunikator mempunyai sifat yang menarik maka akan mendorong keterlibatan keduanya dalam komunikasi yang memuaskan.
3. **Keakraban**
   Familiaritas atau sikap akrab merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik komunikator di mata komunikan. Seorang komunikator yang akrab dengan komunikan akan lebih menarik dan akhirnya menjadikan komunikasi efektif. Pada dasarnya seorang komunikan akan lebih menyenangi komunikator yang memiliki hubungan erat dengan dirinya. Komunikator yang berhasil mendekatkan hubungan lebih memperoleh tanggapan positif, sementara orang yang berusaha menjauhkan diri, tidak diperhatikan. (**Suranto**, 2011:121)

Dari ketiga indikator daya tarik diatas, maka peneliti akan mengangkatnya sebagai sub fokus dalam penelitian ini. Daya tarik fisik,

kesamaan dan keakraban yang diungkapkan oleh Suranto, komunikator berusaha untuk mendekatkan dengan komunikan karena memiliki daya tarik. Dalam situs **www.artikata.com** didapat definisi Daya Tarik sebagai berikut :

> *"Attraction an invisible power in a body by which it draws anything to itself; the power in nature acting mutually between bodies or ultimate particles, tending to draw them together, or to produce their cohesion or combination, and conversely resisting separation".*(daya tarik merupakan kekuatan dalam tubuh yang mana kekuatan ini menarik segala sesuatunya sendiri, kekuatan alami yang saling berhubungan antara tubuh dan bagian-bagian kecil lainnya, yang cenderung untuk saling menyatu atau menghasilkan ikatan atau perpaduan, dan sebaliknya akan menahannya dari perpecahan atau pemisahan).[6]

Dari kerangka pemikiran teoritis diatas dijadikan peneliti sebagai dasar pemikiran penelitian ini yang nantinya akan diaplikasikan pada kerangka pemikiran konseptual.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka teoritis diatas diaplikasikan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu daya tarik penyanyi dangdut dalam saweran. Dalam komunikasi interpersonal adanya interaksi antara penyanyi dengan penyawer. Dimana seorang penyanyi menyampaikan pesan melalui sebuah lagu yang dinyanyikannya kepada penonton secara umum dan penyawer secara khusus.

---

[6] Ibid

Dalam proses menyampaikan pesan melalui lagu tersebut adanya pesan-pesan secara verbal dan nonverbal pada penyanyi yang ditujukan kepada penontonnya. Misalnya komunikasi verbal yang dilakukan oleh penyanyi dalam hal ini adalah tentunya menyanyikan sebuah lagu, menyapa penontonnya, mengajaknya bernyanyi bersama. Sedangkan komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh penyanyi misalnya adalah melalui cara berpakaian, *make up*, goyangannya, potongan rambutnya, ekspresi wajah dan sebagainya.

Sehingga dalam prosesnya tersebut menimbulkan ketertarikan seseorang (penyawer) untuk memberikan saweran. Saweran merupakan suatu fenomena yang lazim terjadi dikehidupan masyarakat dan tentunya ada pada suatu hiburan dangdut dan dalam hal ini peneliti memfokuskan hiburan dangdut dalam acara hajatan. Dikarenakan hal tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi para pelakonnya.

Daya tarik fisik, secara konseptual dapat dijabarkan bahwa seorang komunikator dalam hal ini penyanyi mempengaruhi penonton karena dalam diri penyanyi tersebut terdapat suatu daya tarik baik dari penampilan (goyangang, cantik atau tampan), kostum yang mewah nan elegan atau bahkan minim agar terlihat *sexy*, suara yang merdu dan hal-hal lainnya. Sehingga hal tersebut menjadi pusat perhatian bagi para penontonnya atau penyawer.

Selain adanya daya tarik fisik yang ditimbulkan oleh komunikator, adanya kesamaan.

Kesamaan, secara konseptual dapat dikemukakan bahwa antara komunikator dengan komunikan memiliki suatu faktor kesamaan yaitu kesamaan dalam kegemarannya terhadap musik, dan acaranya. Kegemaran pada musik yang sama dimana antara penyanyi dan penonoton sama-sama menyukai jenis musik dangdut, terlebih dalam satu acara yang tidak menunjukkan perbedaan status sosial, sehingga menimbulkan rasa kesamaan diantara mereka.

Dengan adanya daya tarik fisik yang dimunculkan oleh penyanyi di atas pentas dan kesamaan antara penyanyi dan penonton, maka akan terjalin suatu keakraban diantara komunikator dan komunikan.

Keakraban, secara konseptual komunikator dalam hal ini penyanyi berinteraksi dengan komunikannya (penonton) dimana penyanyi mencoba mendekatkan diri dengan penonton agar tercipta suatu keakraban diantara mereka dan jarak antara penyanyi dengan penonton yang tidak jauh dan tidak memiliki batasan (dalam hal ini panggung dangdut dalam acara hajatan) yang menimbulkan rasa keakraban diantara keduanya. Sehingga apabila hal itu terwujud, maka diharapkan saweran akan di berikan kepadanya.

Dari ketiga faktor diatas seperti daya tarik fisik, kesamaan dan keakraban akan menimbulkan daya tarik bagi penyawer terhadap penyanyi sehingga dengan adanya daya tarik penyanyi tersebut maka menimbulkan ketertarikan penyawer untuk menyawer.

Daya tarik, secara konseptual dapat dijelaskan suatu kekuatan dalam diri seseorang atau suatu hal tertentu yang menimbulkan simpati atau dorongan untuk menyukai hal tersebut. Dalam penelitian ini, saweran mempunyai keterkaitan dengan penyanyi sebagai komunikator. Seorang penyanyi haruslah memiliki kekuatan daya tarik dalam dirinya untuk menarik rasa simpati penontonnya, sehingga dengan rasa simpati tersebut akan menimbulkan saweran yang diberikan oleh penonton kepada penyanyi. Apabila penyanyi tidak memiliki daya tarik yang menarik minat dan tidak mampu membuat rasa simpati penontonnya, maka dengan otomatis penonton pun enggan untuk menyawernya.

Berikut dibawah ini adalah model alur kerangka pemikiran yang peneliti hendak dijelaskan dalam penelitian ini :

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Peneliti, 2012