BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Adapun tinjauan pustaka yang peneliti lakukan untuk melengkapi peneltian ini dilakukan dengan berbagai aspek tinjauan. Ini dilakukan guna menambahkan ilmu dan melengkapi penelitian yang berkaitan dengan keilmuan ilmu komunikasi khususnya tentang perilaku **komunikasi.**

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Universitas	Judul	Desain Penelitian	Hasil Penelitian
1	Abdee Pradana Ugan	Perilaku Komunikasi Calon anggota Legislatif perempuan dalam Pemilu 2014 (Studi kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Calon anggota Legislatif perempuan Dari Partai Gerindra dan Partai Keadilan Sejahtera di Daerah Pemilihn 1 Kota Bandung dalam pemilihan Umum Legislatif 2014)	Metode Kualitatif dan desain Studi Kasus	Hasil dari penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda pada waktu tertentu. Lalu dilihat dari penampilan fisik busana baju partai berlogo, Partainya serta karakter fisik, dan adanya motif alas an menjai Caleg dan motif tujuan menjai CALEG dalam bentuk perilaku komunikasi.
2	Ria Dwi Mutiara NIM 41809084 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer	Perilaku Komunikasi *Sales Promotions Girl* Provider XL Axiata (Studi Kasus Mengenai Perlikau Komunikasi *Sales*	Metode Kualitatif dan desain Studi Kasus	Hasil dari penelitian ini yaitu munculnya perbedaan perilaku komunikasi yang ditunjukan para *Sales Promotion Girl* Provider

	Indonesia 2013 (SKRIPSI)	*promotion Girl* Provider XL Axiata Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Konsumen di Dokumsel Kota Bandung)		XL Axiata ketika sedang berbicara dengan sesamanya dan ketika sedang berbicara dengan konsumen. Dalam kasus ini sangat terlihat perbedaannya ketika dalam penggunaan simbol-simbol verbal dibandingkan dengan penggunaan simbol-simbol nonverbal dalam perilaku komunikasinya.
3	Shera Mutia (210111100051) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung 2013 (SKRIPSI)	Perilaku Komunikasi Komunitas Penggemar Grup Musik (Studi Kasus Pada Komunitas Dorks-Penggemar Grup Musik Pee Wee Gaskins di Jakarta)	Metode Kualitatif dan desain Studi Kasus	Penggunaan simbol-simbol komunikasi baik komunikasi verbal maupun nonverbal dalam komunitas Dorks dapat dikatakan dengan baik. Sebagai komunitas yang masih terbilang baru, mereka berhasil menjadikan simbol-simbol komunikasi yang mereka gunakan menjadi ciri khas tersendiri bagi mereka. Simbil nonverbal seperti pada gaya pakaian mereka, isyarat tangan, serta gerakan tubuh yang biasa mereka lakukan ketika sedang menyaksikan grup band Pee Wee Gaskins menjadi ciri khas tersendiri serta hal yang baru di kalangan komunitas penggemar grup music. Termasuk juga simbol verbal seperti julukan “Kapten Dorks” pada Dodo yang sangat dikenal dikalangan komunitas penggemar grup musik, serta julukan maupun istilah lainnya.

Sumber: peneliti, 2016

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hal yang tidak dapat lepas kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, seperti pada kenyataanya yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers yang dikutip Deddy Mulyana dalam bukunya "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar" menjelaskan bahwa Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka, (Mulyana, 2003:62). Namun secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan dari individu yang satu kepada individu lainnya.

Kata komunikasi sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *communiss* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama yang kemudian berevolusi menjadi *communicare* dan *communicatio* yang pada akhirnya diadaptasi ke dalam bahasa inggris menjadi *communication*. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2005:42).

Komunikasi sendiri mempunyai banyak definisi menurut pendapat beberapa ahli, namun tetap berada dalam pengertian yang sama mengenai apa pengertian atau definisi dari komunikasi itu sendiri.

Komunikasi menurut Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek" adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2001:10)

Sementara itu, Charles R. Wright yang dikutip oleh Santoso mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

> "Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang bersifat mendasar dan vital dalam kelestarian hidup manusia. Dengan fundamental atau mendasar maksudnya bahwa setiap konsituen manusia primitif atau modern dibangun atas dasar kapasitas anggotanya untuk saling memenuhi melalui komunikasi. Suatu konsesus kerja mengenai pranata sosial, dinyatakan vital sepanjang kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain memerlukan pengawasan sosial". (Santoso, 1986:40).

Adapun pengertian komunikasi menurut Sedangkan menurut Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

> *"In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver (s) with conscious intent to affect the latte's behavior".* (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2002: 49)

Dari beberapa definisi komunikasi menurut pendapat bebarapa ahli di atas, ada satu definisi yang sangat *familiar* yang sering digunakan dan merupakan salah satu dari model – model komunikasi yaitu definisi komunikasi menurut Harold D. Laswell. Menurut Laswell, komunikasi

adalah merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” menyatakan “apa”, “kepada siapa”, “dengan saluran apa”, dan “dengan akibat atau hasil apa” (***Who*** *says* ***what*** *in which* ***channel*** *to* ***whom*** *and with what* ***effect***), (Effendy, 2002:10). Dengan demikian dari beberapa definisi menurut ahli – ahli komunikasi tersebut, kita dapat menarik sebuah pengertian ataupun kesimpulan dari apa itu komunikasi. Komunikasi dapat diartikan juga sebagai sebuah proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan untuk memberikan informasi ataupun mengubah prilaku.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Membangun atau mennciptakan 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.

1. Perubahan sikap *(attitude change)*

   Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

2. Perubahan pendapat *(opinion change)*

   Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami

apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

3. Perubahan perilaku *(behavior change)*

   Komunikasi bertujuan untuk mengubah perlaku maupun tindakan seseorang

4. Perubahan sosial *(social change)*

   Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yangmakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

2.1.2.3 Bentuk Komunikasi

Adapun bentuk – bentuk komunikasi seperti yang dikutip dalam buku "Metode Riset Komunikasi Organisasi" adalah sebagai berikut :

1. **Komunikasi Personal (*Personal Communication*).** Terdiri dari komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antarpersonal (*interpersonal Communication*).
2. **Komunikasi Kelompok (*Group Communication*).** Pertama dalam bentuk komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) seperti : ceramah (*lecture*), diskusi panel (*panel discussion*), simposium (*symposium*), forum, seminar, dan curahsaran (*brainstorming*). Kedua, komunikasi kelompok besar (*large group communication/public speaking*).

3. **Komunikasi Massa (*Mass Communication*),** misalnya : pers, radio, televisi, dan film.
4. **Komunikasi Medio (*Medio Communication*),** misalnya : surat, telepon, pamflet, poster, dan spanduk.

Bentuk komunikasi diklasifikasikan berbeda di kalangan para ahli sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang pakar tesebut. Joseph A. Devito dalam bukunya *Communicology* (1982) mengklasifikasi ada empat tipe komunikasi, sedangkan R. Wayne Pace dan teman-temannya dalam bukunya *Techniques of Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe. (Cangara, 2005)

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. **Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi Dengan Diri Sendiri)**

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. **Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antarpribadi)**

   Komunikasi antapribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya

menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. (Mulyana, 2003:73)

3. **Komunikasi Kelompok Kecil**

   Komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal anatara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi. (Tubbs dkk, 2008:17)

4. **Komunikasi Publik**

   Komunikasi publik (public communication) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum. (Mulyana, 2003:74)

5. **Komunikasi Organisasi**

   Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2003:75) komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Goldbaher dalam Tubbs dkk, 2008:18)

6. **Komunikasi Lintas Budaya**

   Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan

yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)

7. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau eletronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, ananonim dan heterogen. (Mulyana, 2003:75)

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan.

Adapun fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Membangun konsep diri *(Estabilishing Self-Concept)*
2. Eksistensi Diri *(Self Existence)*
3. Kelangsungan Hidup *(Live Concinuity)*
4. Memperoleh Kebahagiaan *(Obtaining Happiness)*
5. Terhindar dari tekanan dan ketegangan *(Free from pressure and stress)*.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi antar pribadi ini yaitu komunikasi yang hanya dilakukan dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya

Menurut Effendi (2003), pada hakekatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif serta berhasil atau tidak.

Terdapat tiga ancangan utama dari definisi komunikasi antar pribadi, yaitu:

1. Definisi Berdasarkan Komponen (*Componential*)

   Penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

2. Definisi Berdasarkan Hubungan Diadik (*Relational/Dyadik*)

   Komunikasi yang berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang pasti dan jelas. Contohnya seperti pramuniaga dengan pelanggan, orang tua dengan anak, wawancara antara dua orang, dan sebagainya.

3. Definisi Berdasarkan Pengembangan (*Developmental*)

   Komunikasi antar pribadi dimulai dari komunikasi yang bersifat tak pribadi (impersonal) menjadi komunikasi pribadi atau intim.

Seperti yang diutarakan menurut Deddy Mulyana, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik verbal maupun nonverbal.

2.1.3.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi

Ada tiga ciri-ciri komunikasi antat pribadi yang dikemukaan oleh Deddy Mulyana, yaitu:

1. Proses komunikasi dalam anggotanya berupa tatap muka;
2. Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong karena peserta bebas berbicara, ini disebabkan kedudukannya relatif sama (tidak ada yang mendominasi pembicaraan atau pembicara tunggal); dan
3. Sumber dan penerima sulit dibedakan dan diidentifikasi karena antar anggota saling mempengaruhi satu sama lain.

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam tujuan komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri sendiri.

Dengan memperbincangkan diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.

1. Mengenal diri sendiri dan orang lain

   Nasihat seorang filsuf terkenal *Socrates* yaitu : *cogito ergosum* yang memiliki arti kurang lebih ”kenalilah dirimu”. Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antar pribadi.

2. Mengetahui dunia luar

   Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain.

3. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

   Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

4. Mengubah sikap dan perilaku

   Dengan komunikasi antar pribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain.

5. Bermain dan mencari hiburan

   Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan.

6. Membantu

   Psikiater, psikolog klinik dan ahli terapi adalah contoh profesi yang mempunyai fungsi menolong orang lain.

2.1.3.4 Komunikasi Antarpribadi sebagai Proses Transaksional

Komunikasi antar pribadi merupakan suatu proses yang sangat unik, artinya tidak seperti kegiatan lainnya. Selain itu, komunikasi antar pribadi juga menuntut adanya tindakan saling memberi dan menerima diantara pelaku yang terlibat dalam komunikasi.

1. Komunikasi Antar Pribadi sebagai Proses

   Sebagai suatu proses, komunikasi antar pribadi merupakan rangkaian tindakan, kejadian dan kegiatan yang terjadi secara terus menerus atau bisa dibilang merupakan suatu yang dinamis.

2. Komponen-komponen dalam Komunikasi Antar Pribadi Saling Tergantung

   Komponen-komponen dalam komunikasi antar pribadi saling berkaitan dan tergantung satu sama lain. Setiap komponen

komunikasi antar pribadi mempunyai kaitan baik dengan komponen lain maupun dengan komponen secara keseluruhan.

3. Para pelaku dalam Komunikasi Antar Pribadi Bertindak dan Bereaksi

   Di dalam proses tradisional, setiap orang, melakukan tindakan memberi reaksi tindakan sebagai manusia yang utuh. Orang tidak dapat bertindak hanya dengan pikiran dan emosi saja, tetapi melibatkan pikiran, emosi, sikap, gerakan tubuh, pengalaman sebelumnya, dan lain-lain.

2.1.3.5 Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

Karakteristik-karakteristik efektivitas komunikasi antar pribadi ini oleh Joseph A Devito dilihat dari dua perspektif, yaitu:

1. Humanistis, meliputi sifat-sifat:
   1) Keterbukaan

      Aspek keterbukaan menunjuk paling tidak pada 2 aspek tentang komunikasi antar pribadi. Pertama kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Kedua keterbukaaan untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur.

   2) Perilaku Suportif

      Jack R. Gibb menyebutkan tiga perilaku yang menimbulkan perilaku suportif, yakni :

a) Deskriptif, suasana yang deskriptif akan menimbulkan suportif dibanding dengan suasana yang evaluatif.

b) Spontanitas, orang yang spontan dalam berkomunikasi adalah orang yang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkan.

c) Provisionalisme, seseorang yang memiliki sifat ini adalah orang yang memiliki sifat berpikir terbuka.

3) Perilaku Positif

Komunikasi antar pribadi akan berkembang bila ada pandangan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

4) Empatis

Empati adalah kemauan seseorang untuk menempatkan dirinya pada peranan atau posisi orang lain.

5) Kesamaan

Hal ini mencakup dua hal, pertama kesamaan bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi.

2. Pragmatis, meliputi sifat-sifat :

1) Bersikap yakin

Komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila seseorang mempunyai keyakinan diri.

2) Kebersamaan

Seseorang bisa meningkatkan efektivitas komunikasi antar pribadi dengan orang lain bila ia bisa membawa ras kebersamaan.

3) Manajemen Interaksi

Seseorang yang menginginkan komunikasi yang efektif akan mengontrol dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak.

4) Perilaku Ekspresif

Perilaku ekspresif memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain.

5) Orientasi Pada Orang Lain

Untuk mencapai efektivitas komunikasi, seseorang harus memiliki sifat yang berorientasi pada orang lain.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal menempati porsi besar karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang nonverbal. Dengan harapan,

komunikan (baik pendengar maun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Jalaluddin Rakhmat 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.

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

2.1.4.2 Macam-macamm Bahasa Verbal

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan sebagai aspek realitas individual kita. Adapun macam bahasa verbal yang digunakan adalah:

1. Bahasa Indonesia adalah bahasa nasional yang digunakan sebagai bahasa persatuan Indonesia yang dipakai untuk memperlancar hubungan komunikasi dan merupakan lambang kebangsaan bangsa Indonesia (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).
2. Bahasa daerah adalah bahasa yang digunakan pada suatu daerah tertentu dan memiliki ciri khas tertentu di bidang kosa kata, peristilahan, struktur kalimat dan ejaannya. Bahasa daerah merupakan lambang kebanggaan daerah yang bersangkutan (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).

2.1.4.3 Tatabahasa Verbal

Tatabahasa meliputi tiga unsur, yaitu 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.

2.1.4.4 Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005) 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. 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.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

1. Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.

2. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
3. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

2.1.4.5 Hambatan Bahasa

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, dsb.

1. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.

   Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula.

2. Kata-kata mengandung bias budaya.

   Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketiaka mereka menggunakan kata yang sama. Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut *isomorfisme*. *Isomorfisme* terjadi bila komunikan-komunikan berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada *isomorfisme* total.

3. Percampuranadukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

   Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Ketika kita berkomunikasi, kita

menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

2.1.5 Tinjauan Tentanng Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal (*nonverbal communicarion*) menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi nonverbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi nonverbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya. Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi nonverbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan. Bentuk komunikasi nonverbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian sergam, warna dan intonasi suara.

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. 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.

Sebagaimana yang diungkapkan Arni Muhammad memberikan definisi komunikasi nonverbal sebagai berikut:

> "Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya". (Suranto, 2010:146)

Sedangkan menurut Edward T.Hall mengartikan komunikasi nonverbal adalah:

> "Komunikasi nonverbal adalah sebuah bahasa diam (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) karena pesan nonverbal yang tertanam dalam konteks komunikasi". (Mulyana, 2010:344)

2.1.5.2 Jenis-jenis Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakannya. Dari jenis komunikasi nonverbal yang pernah diberikan oleh para ahli

sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi nonverbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
    a. Isyarat tangan
    b. Gerakan tangan
    c. Postur tubuh dan posisi kaki
    d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
    a. Busana
    b. Karakteristik fisik
5. Bau-bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :
    a. Ruang pribadi dan ruang publik
    b. Posisi duduk dan pengatutan ruangan
7. Konsep waktu
8. Diam
9. Warna
10. Artefak

    (Mulyana, 2010:353-433)

2.1.5.3 Ciri-ciri Umum Komunikasi Nonverbal

Devito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan nonverbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi nonverbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku nonverbal.
3. Pesan nonverbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan nonverbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan nonverbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan nonverbal.
5. Komunikasi nonverbal di kendalikan oleh aturan.

Komunikasi nonverbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan nonverbal seringkali berfungsi untuk mengkomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun nonverbal.

2.1.5.4 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Jalaludin Rakhmat mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.

1) Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:
    a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk
    b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan
    c. Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi
    d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.
2) Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.

3) Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
    a. *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif
    b. *Power* mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah
    c. *Responsiveness*, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.
4) Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

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

3. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
4. Pesan sentuhan dan bau-bauan.
    a. Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.
    b. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan –menandai wilayah mereka, mengidentifikasikan keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.5.5 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi nonverbal memiliki fungsi untuk:

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Cangara, 2011:106)

Fungsi dari komunikasi nonverbal dapat menjelaskan maksud dari penyampain pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. Repetisi

   Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.
2. Subtitusi

   Menggantikan lambang-lambang verbal.
3. Kontradiski

   Menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal.
4. Komplemen

   Melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
5. Aksentuasi

   Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya

   (Suranto, 2010:173)

2.1.5.6 Tujuan Komunikasi Nonverbal

Ketika kita melakukan komunikasi, baik itu melakukan komunikasi verbal terlebih dahulu yang kemudian diiringi dengan komunikasi nonverbal atau sebaliknya. Bahkan keduanya seringkali berbarengan dalam melakukannya ataupun penyampaiannya. Setiap penyampaian pesannya baik secara verbal ataupun nonverbal sebenarnya memiliki tujuan-tujuan tertentu didalam pesan tersebut.

Adapun tujuan dari komunikasi nonverbal menurut Menurut John V. Thil dan Courtland Bovee dalam Excellence In Business Communication diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan atau memberikan informasi.
2. Mengatur alur suara percakapan.
3. Mengekspresikan emosi.
4. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan dari komunikasi verbal.
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
6. Mempermudah tugas-tugas khusus yang memerlukan komunikasi nonverbal.

2.1.6 Tinjauan Tentang Motif

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Misalnya, apabila seseorang merasa lapar, itu berarti kita membutuhkan atau menginginkan makanan. Motif menunjuk hubungan sistematik antara suatu

respon dengan keadaan dorongan tertentu. Apabila dorongan dasar itu bersifat bawaan, maka motif itu hasil proses belajar.

Pada umumnya seseorang beraktivitas dan bekerja adalah karena dorongan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Sobur (2009) dalam buku Psikologi Umum, manyatakan bahwa:

> "Motif manusia merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya, yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Motif itu memberi tujuan dan arah kepada tingkah laku kita" (Sobur, 2009:267)

Seperti yang dijelaskan pula oleh Sherif & Sheri (1956), dalam buku Psikologi Umum menyebutkan bahwa :

> "Motif sebagai suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang betujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (needs) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut" (Sobur, 2009:267).

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Motif manusia bisa bekerja secara sadar dan juga tidak sadar. Ditinjau dari sudut asalnya menurut Gerungan (1987) dalam buku Psikologi Umum, mengungkapkan bahwa:

> "Motif pada diri manusia dapat digolongkan dalam motif biogenetis dan motif sosiogenetis, yaitu motif yang berkembang pada diri orang dan berasal dari organismenya sebagai makhluk biologis, dan motif-motif yang berasal dari lingkungan kebudayaannya" (Sobur, 2009:298).

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam

pernyataan Schutz (dalam Kuswarno 2009). Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : inorder to motive dan because motive.

Because motive merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan inorder to motif merupakan motif yang berorientasi ke masa depan. Melalui interpretasi tindakan orang lain, seseorang dapat merubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Individu tersebut perlu mengetahui makna, motif dan maksud dari tindakan orang lain tersebut. Menurut Weber untuk memahami motif dan makna tindakan manusia pasti terkait dengan tujuan.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan dan kekuatan, yang berasal dari dalam diri seseorang baik yang disadari maupun yang tidak disadari untuk mencapai tujuan tertentu. Motif merupakan salah satu aspek psikis yang paling berpengaruh dalam tingkah laku individu.

2.1.7 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

Hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pembahasan dalam berkomunikasi adalah adanya perilaku didalamnya. Makna perilaku ini memberikan pengertian bahwa adanya langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan arah komunikasi dan dengan cara apa komunikasi tersebut dilakukan. Perilaku komunikasi kemudian menjadi bagian dalam proses interaksi.

Perilaku Komunikasi Menurut Pandangan Littlejohn :

1. Komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka.
2. Komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah di sengaja ataupun tidak.
3. Komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang dikirimkan secara sengaja, namun sengaja ini sulit untuk ditentukan.

Adapun pengertian perilaku manusia menurut Sunaryo (2004) adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respon serta dapat diamatai secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.8 Tinjauan Tentang Pekerja Seks Komersial

Pekerja seks komersial adalah seseorang yang menjual jasanya untuk melakukan hubungan seksual untuk uang. Ini menunjukkan bahwa prilaku pekerja seks komersial itu sangat begitu buruk hina dan menjadi musuh masyarakat, mereka kerap digunduli bila tertangkap aparat penegak ketertiban, Mereka juga digusur karena dianggap melecehkan kesucian agama dan mereka juga diseret ke pengadilan karena melanggar hukum. Pekerjaa seks komersial sudah dikenal di masyarakat sejak berabad lampau ini terbukti dengan banyaknya catatan tercecer seputar mereka dari masa kemasa. Pekerja Seks Komersial selain meresahkan juga mematikan, karena merekalah yang ditengarai menyebarkan penyakit AIDS akibat perilaku sex bebas tanpa pengaman.

Kata “pekerja” sudah bisa dipastikan ada hubungannya dengan lapangan pekerjaan serta orang atau badan hukum yang memperkerjakan dengan standar upah yang dibayarkan. Kemudian, lapangan pekerjaan yang diperbolehkan harus memenuhi syarat-syarat kerja secara normatif yang diatur oleh peraturan perundang-undangan, termasuk sistem pengupahan dan keselamatan kesehatan kerja. Untuk selanjutnya, jenis pekerjaan tidak boleh bertentangan dengan moralitas bangsa atau agama yang diakui pemerintah. “Seks”, tidak termasuk kelompok suatu jenis jabatan maupun pekerjaan. jadi, tidak tepat kalau istilah pekerja seks komersial itu ditujukan bagi para pekerja seks komersial. Istilah pekerja seks sepertinya merupakan sebuah pemolesan bahasa yang dapat berakibat kepada pembenaran terhadap perbuatan amoral tersebut.

Secara struktural, kinerja mucikari. Calo, pekerja keamanan. Hingga pekerja seks itu sendiri mempunyai batas-batas kerja yang jelas dan profesional. Jika melihat latar belakang kultural dan tempat transaksi ekonomi indonesia yang beragam maka transaksi seksualitas tak hanya ada lima kategori dia atas. Banyak juga pekerja seks yang bekerja di mall (sebagai pegawai mall dan merangkap pekerja seks untuk mencari uang tambahan). Pekerja seks sekaligus mahasiswi, akrab disebut ayam kampus, pekerja seks yang merangkap sebagai para pekerja atau pelayan di tempat-tempat hiburan malam yang ada di daerah perkotaan dan di kantor-kantor sebagai sekretaris, yang harga tubuh mereka cukup tinggi dan transaksi terkadang melalui kartu kredit. Dari hal diatas dapat kita lihat bahwa pekerja seks sebagai bagian dari

prasyarat kinerja dan transaksi dagang yang tidak selalu lepas dari ramainya pusat-pusat ekonomi yang strategis. Sistem pekerja seks cenderung mempunyai hubungan yang bersifat temporer insidental. Strategi tersebut tampak pada mekanisme kerja mereka mengenai istilah *Short time* dan *Long time booking* yang semuanya hanya terjadi dalam waktu tertentu (setengah jam, satu jam, satu malam).

PSK adalah para pekerja yang bertugas melayani aktivitas seksual dengan tujuan untuk mendapatkan upah atau imbalan dari yang telah memakai jasa mereka tersebut. Di eropa dan ditempat lain banyak dari mereka diperdagangkan dari negeri lain untuk melayani permintaan jumlah pelanggan yang meningkat. Perbudakan manusia tidak baru, Organisasi Interansional Pekerja (ILO) menaksir 12,3 juta orang diperbudak dalam kerja paksa dan 2,4 juta dari mereka adalah kurban "industri" perdagangan, dan penghasilan tahunannya ditaksir sejumlah $10 milyar.

Lebih lanjut dalam kalangan PSK juga mempunyai tingkatan-tingkatan operasional, diantaranya :

a. Segmen kelas rendah

   Dimana PSK tidak terorganisir. Tarif pelayanan seks terendah yang ditawarkan, dan biaya beroperasi di kawasan kumuh seperti halnya pasar, kuburan,taman-taman kota dan tempat lain yang sulit dijangkau, bahkan kadang-kadang berbahaya untuk dapat berhubungan dengan para PSK tersebut.

b. Segmen kelas menengah

Dimana dalam hal tarif sudah lebih tinggi dan beberapa wisma menetapkan tarif harga pelayanan yang berlipat ganda jika dibawa keluar untuk di *booking* semalaman.

c. Segmen kelas atas

Pelanggan ini kebanyakan dari masyarakat dengan penghasilan yang relatif tinggi yang menggunakan *night club* sebagai ajang pertama untuk mengencani wanita panggilan ayau menggunakan kontak khusus hanya untuk menerima pelanggan tersebut.

d. Segmen kelas tertinggi

Kebanyakan mereka dari kalangan artis televisi dan film serta wanita model. Super germo yang mengorganisasikan perdagangan wanita kelas atas ini.

1) Penyebab adanya Pekerja Seks Komersial Perspektif Politik, Pendidikan, Sosial dan Ekonomi
2) Penyebab adanya Pekerja seks komersial perspektif Politik

Pekerja seks merupakan sejarah panjang keberadaan perempuan dimana pilihan kehidupan seksual mereka hanya mempunyai beberapa opsi secara garis besar yakni menikah dan membujang atau menjadi pekerja seks. Pekerja seks juga sering dan bahkan selalu menjadi bagian dari kondisi dan prasyarat tingkat dua terhadap lahirnya kota dan industrialisasi. Baik itu dibidang pertambangan, jasa hingga pariwisata. Pada masa kini, beberapa daerah didunia maupun di indonesia mempunyai keragaman dalam menyikapi

mencuatnya keberadaan kegiatan pekerja seks tersebut. Hal ini dapat dilihat dari variasi latar belakang kebudayaan mereka. Di samping itu, pekerja seks seakan menjadi komunitas tertentu yang sering kali dimarginalkan oleh masyarakat, begitu juga hak-haknya. Selain itu banyak yang memperlakukan pekerja seks dengan tidak selayaknya karena profesi mereka yang dianggap juga tidak layak, bahkan ketika lokalisasi tempat mereka bekerja dirazia seakan-akan posisi mereka selalu salah.

1. Penyebab adanya Pekerja Seks Komersial Persepektif Pendidikan

   Selain itu latar belakang pendidikan merupakan ajang pemicu lainnya. Mereka tidak mendapatkan ruang kesempatan untuk memasuki ladang pekerjaan yang membutuhkan latar belakang pendidikan setingkat sarjana. Selain itu juga kemampuan dan pengalaman yang dipandang tidak memadai dalam memasuki berbagai sektor pekerjaan yang dianggap lebih terhormat dan bergengsi oleh masyarakat. Rendahnya pendidikan membuat kaum pekerja seks tak mempunyai keleluasaan secara ekonomi dalam hal memilih pekerjaan. Dalam hal ini rendahnya latar belakang pendidikan pekerja seks juga sering menimbulkan lemahnya daya tawar mereka, timbulnya kepasifan, dan kepribadian yang naif dalam melakukan sebuah interaksi. Selain itu mereka juga membuka lebar ruang-ruang pemaksaan serta kekerasaan untuk masuk menerjang mereka, baik dari pihak mucikari, pelanggan, hingga pemerintah daerah sendiri.

2. Penyebab adanya Pekerja Seks Komersial perspektif Sosial

   Penyebab lahirnya pekerja seks yang diakibatkan oleh kesulitan ekonomi seperti yang dijelaskan di atas akan menjadi sebuah bahan dari perdebatan hangat jika dilihat dari perspektif kultural. Dari perspektif sosial kultural akan terlihat berbagai nuansa yang lolos dari sudut pandang dan hitungan ekonomi. Pekerja seks lahir dari berbagai latar belakang sosial kultural yang menstimulinya seperti permisfitas kultural, tekanan keluarga, aspirasi material oleh individu hingga lahirnya pemujaan simbol akibat hasrat konsumsi yang tinggi, yaitu merupakan fenomena pergeseran masyarakat dari yang sekedar mengkonsumsi barang berdasarkan kebutuhan dasar dan mendesak kepada kebutuhan akan pemenuhan citra dan nilai simbolitas yang dapat meningkatkan gengsi sosial di tengah pergaulan dengan sekitar.

3. Penyebab adanya Pekerja Seks Komersial persepektif Ekonomi

   Jika ditilik dari prasyarat kerja, pemaknaan pekerja seks komersial memenuhi unsur yang nyaris serupa dan memang sama terhadap berbagai prasyarat yang dimasukkan sebagai unsur kerja. Mulai dari profesionalitas, skill, disiplin dan pengalaman yang diperlukan. Selain itu, ada terdapat pula unsur yang diperdagangkan dan ditransaksikan. Yang menjadi permasalahan kemudian adalah barang apa yang di transaksikan dengan objek lawan interaksi/hubungan mereka. Jika seorang guru menjual otaknya, jika seorang kuli menjual tenaga dan pundaknya, maka seorang pekerja seks menjual kelaminnya. Kelamin

yang dianggap privat inilah yang kemudian menjadi permasalahan ketika berpindah atau ditransaksikan ke area publik.

Pada fenomena pekerja seks, terdapat beberapa unsur transaksi yang merupakan unsur dari mekanisme kerja, dimana sang subjek menggunakan tubuh sebagai komoditas untuk dijual dalam satuan harga yang telah dibuat dan disepakati bersama oleh kedua belah pihak tanpa ada yang merasa dirugikan dan kedua belah pihak merasa puas. Uang atau barang tertentu menjadi elemen utama perantara kedua subjek yang tengah melakukan kesepakatan. Karena mudah, menjadi elemen yang dapat digerakkan kembali, maka pekerjaan menjual tubuh juga merupakan bagian dari mata pencaharian, dimana mereka menumpukan sandaran pada kerja tersebut. Jika lokasi mata pencaharian mereka dirusak seperti pembongkaran atau penggusuran lokalisasi, maka hilanglah mata pencaharian mereka sebagai andalan dan sandaran. Hal ini tentunya tak berbeda dengan mata pencaharian lainnya, seperti petani, nelayan dan guru.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Teori Interaksi Simbolik

Perilaku kounikasi Pekerja Seks Komersial dapat kita lihat dari pandag teori Interaksi Simbolik. Dalam terminology yang dipikirkan Mead, setiap isyarat nonverbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting.

Dengan demikian interaksi simbolik berasusmi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepri seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol. Sebuah perilaku dipelajari melalui interaksi diantara orang-orang, dan perilaku tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok sosial. Pada sisi lain, interaksi simbolik memandang bahwa seluruh struktur dan institusi sosial sosial diciptakan oleh adanya interaksi diantara orang-orang. Selain itu tingkah laku seseorang tidak mutlak ditentukan oleh kejadian-kejadian pada masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja.

Interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Sementara itu tingkah laku terbentuk atau tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan, pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain.

Prespektif interaksi simbolik, perilaku manusia harus di pahami dari sudut pandang subyek. Dimana teoritis interaksi simbolik ini memandang bahwa kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol, (Deddy Mulyana, 2001:70). Inti pada penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara manusia menggunakan simbol-simbol

yang merepresentasikan apa yang akan mereka sampaikan dalam proses komunikasi dengan sesamanya

Penggunaan simbol yang dapat menunjukkan sebuah makna tertentu, bukanlah sebuah proses interpretasi yang diadakan melalui sebuah persetujuan resmi, melainkan hasil dari proses interaksi sosial.

> *"Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan dalam penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu)."(Arnold M Rose 1974:143 dalam Deddy Mulyana 2001:72).*

Terbentuknya makna dari sebuah simbol tak lepas karena peranan individu yang melakukan respon terhadap simbol tersebut. Individu dalam kehidupan sosial selalu merespon lingkungan termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) yang kemudian memunculkan sebuah pemaknaan. Respon yang mereka hasilkan bukan berasal dari faktor eksternal ataupun didapat dari proses mekanis, namun lebih bergantung dari bagaimana individu tersebut mendefinisikan apa yang mereka alami atau lihat. Jadi peranan individu sendirilah yang dapat memberikan pemaknaan dan melakukan respon dalam kehidupan sosialnya.

Memahami makna, simbol serta tindakan yang tersembunyi menurut interaksionisme simbolik ini memerlukan metode penelitian kualitatif. Sifat dan kondisi alamiah dari subjek yang diteliti, misalnya dengan memberi mereka kesempatan atau membiarkan mereka berbicara atau berperilaku apa adanya sebagaimana yang mereka kehendaki akan memungkinkan munculnya perilaku tersembunyi ini.

2.2.2 Model Alur Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikirn teoritis tersebut, peneliti menggambarkan dan menjelaskan mengenai perilaku komunikasi Pekerja Seks Komersial di salah satu café Kota Bandung. Perilaku komunikasi Pekerja Seks Komersial dibagi menjadi tiga poin utama, yaitu perilaku komunikasi verbal,perilaku komunikasi nonverbal, serta motif yang mendasari perilaku komunikasi tersebut.

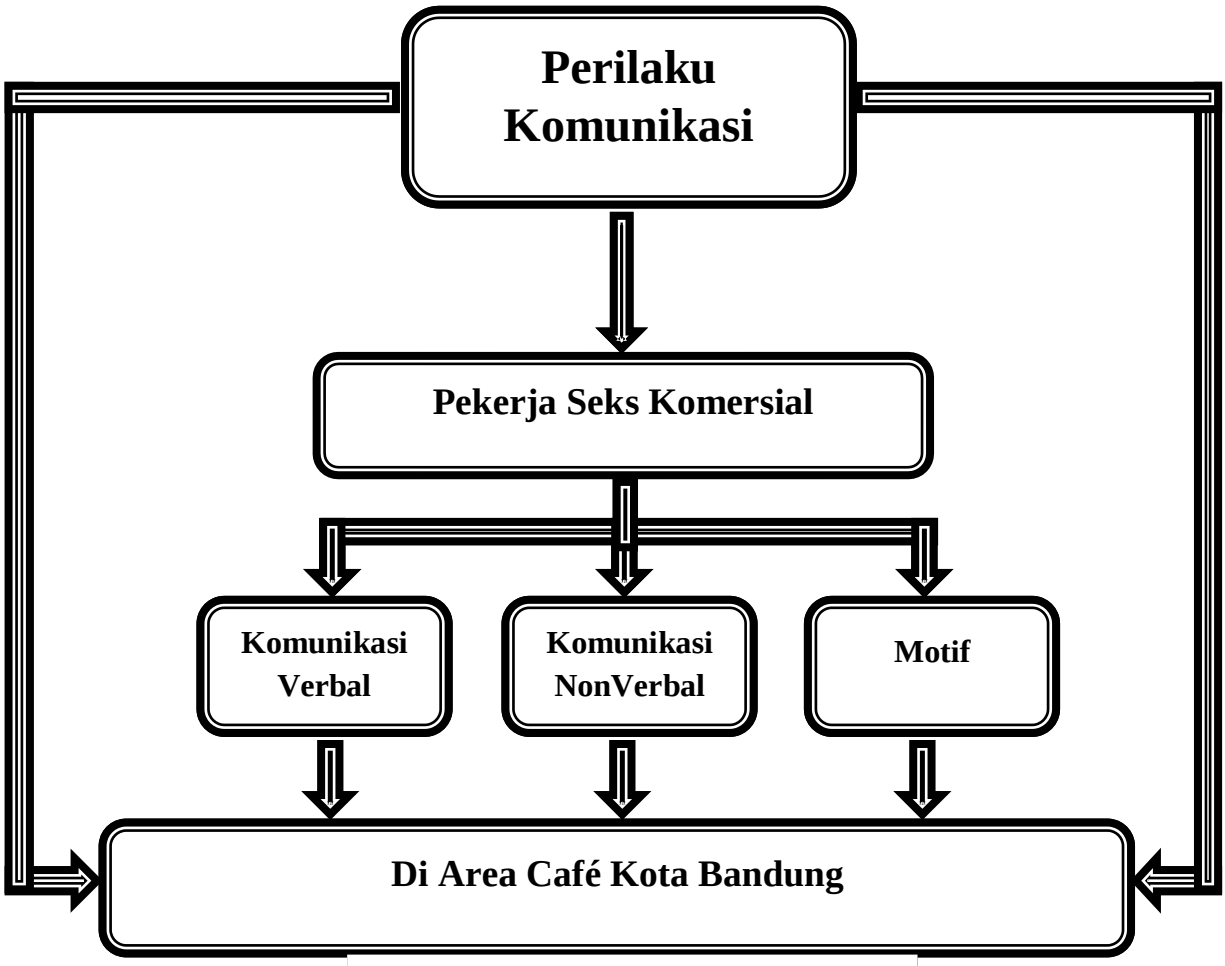
Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam bentuk makna yang berasal dari pikiran manusia *(Mind*) mengenai diri *(self),* dan hubunganya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterprestasikan makna di tengah konsituen *(Society)* dimana individu tersebut menetap.

Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: (1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, (2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya, dan (3) Konsituen (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah konsituen, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela,

yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah konsituennya.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2016

Perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal dapat kita lihat ketika pekerja seks komersial sedang berinteraksi dengan pelangganya. Komunikai verbal ini dapat dilihat ketika mereka sedang berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia dengan pelangganya. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Selain itu, perilaku komunikasi juga menggunakan komunikasi nonverbal yang dapat dilihat ketika para Pekerja Seks Komersial sedang berkomunikasi terhadap pelangganya mengenai dirinya. Komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal saling berkaitan.

> "Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya". (Suranto, 2010:146)

Dan yang terakhir adalah motif. Merujuk pada Kuswarno (2009:192), motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alaan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu. Motif itu sendiri terbagi menjadi dua yakni *because motive* dan *in order to motive*.