BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA, DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Pada dasarnya sebagai mahluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi di dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Dalam hidup masyarakat orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain maka akan terisolasi dari masyarakatnya.

Menurut Dr. Everett Kleinjan dari East west Center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup maka ia perlu berkomunikasi.

Banyak para pakar menilai komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam kehirupan bermasyarakat. Profesor Wilbur Schram menyebutnya bahwa berkomunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyrakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Scramm; 1982).

Menurut Harold D. Lasswell salah satu peletak dasar komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebeb, mengapa manusia perlu berkomunikasi

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mendorong lingkungannya. Mel alui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk di manfaatkan, dipelihara dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengemb angkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamnannya, maupun informa si yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk beradaptasi dengan lingkungan. Proses kelanjutan suatu masyarakat sebenarnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuain disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi, dan musim yang mempengaruhi prilaku manusia, tetapi juga dalam masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini di perlukan penyesuain, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transpormasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakat yang di anut untuk pertukaran nilai, prilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana orang tua mengajarkan tatakrama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah

difungsikan untuk mendidik warga Negara. Bagaimana media masa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuat untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakan yang dilayaninya.

Tiga fungsi ini menjadi patokan dasar bagi individu dalam berhubungan dalam sesama anggota masyarakat. Profesor Dvid K. Berlo dari Michigan State University menyebut secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrument dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Byenes,1965).

Membahas tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang yang benar juga tidak ada definisi yang salah. Sama halnya seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan sesuatu yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik. Atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua belah pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang di sampaikan.

Dalam penyampaian informasi dari seseorang ke orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah maka tidak akan mungkin terjadi komunikasi yang meleset. Pada saat berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda.

Proses penyampaian juga harus bisa menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang di bahas. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang di gunakan dan mengerti makna dari hal yang di percakapkan. Dengan adanya persamaan tersebut maka akan memudahkan penerima informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek komunikasi dari Onong Uchana Effendy, yang dikutip dari Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah :

> "Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*) Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif". (Effendy, 2001:10).

2.1.1.2 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari yang namanya proses. Oleh karna itu apakar suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses komunikasi tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah :

> "Diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak". (Ruslan 1999 : 69).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

> 1. Proses komunikasi secara primer
> Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.
> 2.Proses komunikasi secara sekunder
> Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain". (Effendy, 1984 : 11-17).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapaikan informasi kepada komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

2.1.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Didalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya yang berjudul dinamika Komunikasi bahwa dari berbagai pengertian komunikasi

yang telah ada tampak adanya sejumlah kommponen atau unsur yang dicakup yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi.

Dari berbagai pengertian komunikasi yang banyak ditemui, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

1. Sumber
2. Pesan
3. Media
4. Penerima
5. Pengaruh
6. Tanggapan Balik
7. Lingkungan

Dari poit di atas dapat di simpulkan bahwa, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga.Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender, atau encoder.*

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa

inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information.*

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

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. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan factor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa terjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial.Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini bisa disebut dimensi internal.

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena

pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai. 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.

2.1.1.4 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy pada umumnya komunikasi memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia seperti berikut ini ;

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

Dari point di atas, dapat disimpulkan bahwa biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik itu media cetak ataupun elektronik ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik (*to educate*) biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasiyang cukup diminati karna adanya faktor-faktor kesenangan, mempengaruhi (*to influence*) biasanya bersatu dengan penyampaian informas, setiap indivudu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari

komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut .

Jadi secara umum dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.1.1.5 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang di lakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantunya diharpkan saling tercipta saling pengertian. Dan berikut adalah tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan prilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003 : 8)

Dari empat poit yang dikemukakan di atas tersebut oleh Onong Uchjana Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, prilaku, dan perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang

utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap maupun bertindak.

2.1.2 Tinjauan Psikologi Komunikasi

2.1.2.1 Definisi psikologi Komunikasi

Komunikasi dan psikoligi adalah bidang yang saling berkaitan satu sama lain, terlebih sama-sama melibatkan manusia. Psikologi juga meneliti kesadaran dan juga pengalaman manusia. Psikologi juga mengarahkan pengertiannya kepada prilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya prilaku manusia itu.

Psikologi juga tertarik pada komunikasi diantara individu, bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang yang disampaikan, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada manusia lalu juga dapat meramalkan respon yang akan datang. Kita harus mengetahui sejarah respon sebelum meramalkan respon individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang) salah satu unsure sejarah respon ialah *peneguhan.* Peneguhan adalah respon lingkungan (atau orang lain pada respon organism yang asli). Bergera dan Lambret menyebutnya

Feedback (unpan balik). Fitsher tetap menyebut peneguhan saja.(Fisher, 1978: 136-142).

Pada saat pesan disampaikan dari komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personal dan stimulasi yang mempengaruhinya, dan menjelaskan berbagai corak ketika sendiri atau dalam kelompok.

Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah imu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan persistiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah ”*internal meditation of stimuli”*, sebagai akibat berlangsungya komunikasi[1].

Komunikasi adalah kegiatan yang saling bertukar informasi yang dilakukan manusia untuk mengubah pendapat atau prilaku lainnya. Komunikasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia beriteraksi dengan manusia lain. Secara psikologis, peristiwa sosial akan membawa kita kepada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.Komunikasi juga ditunjukan untuk menumbuhkan sosial yang baik, seperti yang kita ketahui manusia tidak bisa hidup sendiri.

Ada beberapa pengertian psikologi komunikasi yang di artikan para ilmu psikologi misalnya komunikasi yang di lakukan oleh sebuah sistem yang lain atau komunikasi adalah sebuah pengaruh dari individu lain yang menimbulkan perubahan.

---

[3]http://jurusankomunikasi.blogspot.com/2009/04/apa-itu-psikologi-komunikasi.html-samm/tgl16-03-2012/22.10.

Proses komunikasi yang terjadi di dalam diri seorang individu dan orang lain dan kumpulan manusia dalam proses sosial. Berdasarkan pendapat tersebut maka Burgon & Huffener membuat klasifikasi komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi intrapersonal, yaitu proses komunikasi yang terjadi di dalam individu (internal).
2. Komunikasi intrepersonal, yaitu proses komunikasi yang terjadi antara individu satu dengan individu lain sehingga memerlukan tanggapan *(feedback)* dari orang lain.
3. Komunikasi massa, yaitu proses komunikasi yang dilakukan kepada sekumpulan manusia dimana didalamnya terdapat proses sosial, baik melalui media massa atau langsung dan bersifat satu arah (*one way comunicatian*).(Burgon & Huffener, 2002)

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Jadi pada dasarnya komunikasi adalah suatu pembentukan, penyampaian, penerima,dan mengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang atau di atara dua atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.2.2 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Telah banyak di buat definisi komunikasi. Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai *"the process by whicth an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)"(1953:12)*. Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha " menimbulkan resppons melalui lambang-labang verbal", ketika lambang-lambang verbal bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross(1974: b7)

Mendefinisikan komunikasi sebagai " *a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source."* (proses transaksional yang meliputi pemisahan,dan pemilihan bersama lambang secara kongnitif begitu, sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber).

Dari pengertian di atas menunjukan rentangan maksna komunikasi sebagaimana digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi semua penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara empat, sistem atau organism. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikotrapi.

Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indra ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organism. Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi psikologi memberikan karakteristik manusia konunikan serta faktor-faktor internal maupun ekternal yang mempengaruhi komunikasi.

Psikologogi juga tertarik antra individu: bagaimana pesan dari seseorang indicidu menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada

individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang tang disampaikan. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia. Penelitian ini melahirkan ilmu blasteran antara psikologi dan linguistic, psikolinguistik. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personaldan stuasional yang mempengaruhiny, dan menjelaskan berbagai corak komunikanketika sendiri atau didalam kelompok.

Komunikasi boleh ditunjukan untuk memberikan informasi, menghibur atau mempengaruhi. Yang ketiga, lazim disebut komunikasi persuasife, amat erat kaitanya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan prilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Ketika komunikasi dikenal sebagai proses mempengaruhi orang lain, disiplin-disiplin yang menambah perhatian yang sma bersarnya seperti psikologi. Para ilmuan dengan berbagai latar belakang ilmunya, dilukiskan George A. Miller sebagai *"participating in and contributing to one of the graet intellectual adventure of the twentieth century"* (ikut serta dalam dan bersama-sama memberikan sumbangan pada salah satu petualangan intelektual bersama pada abad ke dua puluh). Komunikasi, begitu ujar George A. Miller selanjutnya, telah menjadi *"one of the principal preoccupation of our time"* (salah satu kesibukan utama pada jaman ini).[2]

[2] Sumber: Drs Jalaludi Rakhmat M, Sc/ Psikologi Komunikasi/ Hal.3

2.1.2.3 Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Ini tampak jelas dari beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai, "usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkai peraturanyang berbagai kegiatan mencapai tujuan".. Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai "proses interaksi diantara orang untuk tujuan intergarsi intrafersonal dan interfersonal". Edwin Neuman juga (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai "proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi". Aliran sosiologi yang banyak mewarnai studi komunikasi ialah aliran interaksi simbolik (Blumer, 1969).

Flisafat sudah lama menaruh perhatian pada komunikasi, sejak kelompok sophist yang menjual retorika pada orang yunani. Aristoteles sendiri menulis *De Arte Rhetorika.* Tetapi filsafat tidak melihat komunikasi sebagai alat untuk memperkokoh tujuan kelompok,seperti pandangan sosiologi. Filsafat meneliti komunikasi secara kritis dan dialektis. Filsafat mempersoalkan apakah hakekat manusia komunikan, dan bagaimana ia mengenal komunikasi untuk berhubungan denagn realitas lain di alam semesta ini; dan sebagainya. Bila sosiologi melihat komunikasi sebagai intergrator sosial, filsafat melihat posisi komunikasi dalam hubungan timbale balik atara manusia dan alam semesta. Kaum fenomenologi, misalnya,

melihat pesan sebagai objek kesadaran yang dinamis. Pesan ditelaah dengan menghubungkannya pada kondisi-kondisiempirisyang menjadi konteks pesan tersebut (Lanigan 1979).

Fisher menyebut empat cirri pendekatan psikologi pada komunikasi: penerimaan stimuli secara indarawi (*sensory reception of stimuli)*, proses yang mengantarai simuly dan respons (*internal mediation of stimuli)*, prediksi repons (*prediction of response*), dan peneguhan respons *(rein forcement of responses*). Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan dikenainya masukan kepada organ-organ pengindraan kita yang berupa data. Stimuli berbentuk orang, pesan, suara, warna- pokoknya segala hal yanh mempengaruhi kita. Ucapan,"Hai apa kabar". Merupakan suatu stimuli yang terdiri dari berbagai stimuli: pemandangan, suara, penciuman, dan sebagainya. Stimuli ini kemudian diolah dalam juwa kita dalam "kotak hitam" yang tidak pernah kita ketahui. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada "kotak hitam" dari respon yang tampak. Kita mengetaui bahwa bila ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengatahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsure sejarah respons ialah peneguhan. Peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang

lain pada respons organism yang asli). Bergera dan Lambert menyebutnya *feedback* (unpan balik). Fisher tetap menyebutnya peneguhan saja (Fisher, 1978: 136-142).

Komunikasi adalah peristiwa sosial, peristiwa yang etrjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Bila di tanyakan dimana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakannya sebagai bagian dari psikologi sosial. Karna itu, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.[3]

2.1.2.4 Penggunaan Psikologi Komunikasi

Kepribadian terbentuk sepanjang hidup kita. Selama itu pila komunikasi menjadi penting untuk pertumbuhan pribadi kita. Melalui komunikasi kita menentukan diri kita, mengembangkan konsep diri, dan menetapkan hubungan kita dengan dunia di sekitar kita. Hubungan kita dengan orang lain akan menentukan kualitas hidup kita.

Bagaimana tanda-tanda komunikasi yang efektif, menurut *Stewart L. Tubbs dan Sylvia Mass,* (1974:9-13). Menimbulkan lima hal : pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Menurut cerita, seorang pimpinan pasukan VOC bermaksud menghormati seorang pengamen Madura. Untuk itu, dipegangnya tangan sang pemaisuri dan diciumnya. Sang pangeran marah. Ia

[3] Sumber: Drs Jalaludi Rakhmat M, Sc/ Psikologi Komunikasi/ Hal.6

mencabut kerisnya, menusuk belanda itu dan terjadilah bertahun-tahun perang VOCdengan penduduk Madura, sehingga ribuan korban jatuh. Kita tidak tahu apakah cerita itu benar apa tidak tahu cerita itu benar apa tidak, tetapi betapa sering kita bertengkar hanya karna pesan kita di artikan lain oleh orang yang kita ajak bicara. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (*primary breakdown in communication)*. Untuk menghindari hal ini perlu memahami paling tidak psikologi pesan dan psikologi komunikator.

Tidak semua komunikasi ditunjukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Ketika kita mengucapkan "Selamat pagi, apa kabar?", kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut analisis transaksional sebagai "Saya Oke-Kamu Oke". Komunikasi ini lazim disebut *komunikasi fanis (phatic communication)*, dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan. Ini memerlukan psikologi tentang sistem komunikasi interpersonal.

Sering kita melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Politisi ingin menciptakan citra yang baik pada pemilihannya, bukan untuk masuk surge, tetapi untuk masuk DPR dan menghindari masuk kotak. Guru ingin mengajar muridnya lebih mencintai ilmu pengetahuan. Pemasang iklan ingin merangsang selera konsumen dan mendesaknya untuk membeli. Semua ini adalah komunikasi persuasife. Komunikasi persuasive memerlukan

pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikate. Persuasi didefinisikan sebagai “proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seprti atas kehendaknya sendiri (kamus ilmu komunikasi,1979). Para psikolog memang sering bergabung dengan komunikolog justru pada bidang persuasi.

Hubungan sosial yang baik. Komunikasi juga ditunjukan untuk menumbuhkan komunikasi yang baik. Manusia adalah mahluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Abraham Maslow (1980:80-92) menyebutnya “ kebutuhan akan cinta”atau”belongingness”. William Schutz (1966) memperinci kebutuhan sosial ini kedalam tiga hal *inclusion, control, affection.* Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan sosial (inclusion), pengendalian dan kekuasaan (control), dan cinta serta kasih sayang(affection). Secara singkat, kita ingin bergabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, dan kita ingin mencintai dan dicintai, kebutuhan sosisal ini hanya dapat di penuhi dengan komunikasi interfesonal yang efektif.

Tindakan, di atas kita telah membicarakan persuasi sebagai komunikasi untuk mempengaruhi sikap. Persuasi juga ditunjukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sukar, tetapi lebih sukar lagi mempengaruhi sikap. Jauh

lebih sukar lagi mendorong orang bertindak. Tetapi efektifitas komunikasi biasanya di ukur daritindakan nyata yang dilakukan komunikate. Propaganda suatu patai politikefektif bila sekian jutamemilih mencoblos lsmbang parpol itu. Menimbulkan tindakan nyata memang indicator efektivitas yang paling penting. karna untuk menimbulkan tindakan, kita harus lebih berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikapatau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil komunlatif seluruh proses komunikasi. Ini bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi juga faktor-faktor yang mempengaruhiprilaku manusia.[4]

2.1.3 Tinjauan Gaya Hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Dilihat dari definisi gaya hidup *David Chaney* dalam buku Rahma Sugihartati, adalah:

> "Gaya hidup adalah **pola-pola tindakan** dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk **identitas** kolektif yang berkembang seiring waktu.Gaya hidup **berfungsi** dalam **interaksi** dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami". (*David Chaney*,2004)

Secara umum gaya hidup dapat di artikan sebagai Gaya hidup keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku.

[4] Sumber: Drs Jalaludi Rakhmat M, Sc/ Psikologi Komunikasi/ Hal.12

Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, dan sebagainya.

> "gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut". (*Amstrong, 2003)*

Amstrong dalam Nugraheni menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

A. Faktor Internal

1. Sikap.

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

2. Pengalaman dan pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh

pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian.

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4. Konsep diri.

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsepdiri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amatluas untuk menggambarkan hubungan antara konsep dirikonsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan tampilan luar yang menjadi awal perilaku.

5. Motif.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6. Persepsi.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

B. Faktor Eksternal

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanyadan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang member pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidakmenjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gayahidup tertentu.

2. Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3. Kelas sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalamsebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai,

minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsure pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4. Kebudayaan.

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilakuyang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.1.4 Tinjauan Tentang Hedonisme

2.1.4.1 Definisi Hedonisme

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta-pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Karena mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya. Di dalam lingkungan penganut

paham ini, hidup dijalani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas.

Disinyalir Hedonisme telah erat merekat dalam hidup kita. Kelekatan itu berupa seringnya kita terjebak dalam pola hidup Hedonis. Pola hidup seperti ini mudah kita jumpai dalam kehidupan kita sehari-hari. Dimana orientasi hidup selalu diarahkan pada kenikmatan, kesenangan atau menghindari perasaan-perasaan tidak enak.

Karakteristik hedonisme adalah kebendaan dengan ukuran fisik harta, atau apa saja yang tampak, yang dapat dinilai dengan uang. Jadi disini orang yang sudah senang karena harta bendanya yang banyak, sudah sama artinya dengan orang yang bahagia atau dengan kata lain : Bahagia atau Kesenangan.

Seperti yang kita ketahui virus hedon tidak hanya menyerang orang dewasa yang sudah bekerja. Dari anak hingga orang tua tak luput dari ancaman virus ini. Generasi yang paling tidak aman terhadap sebutan hedonis adalah remaja.

Paham hedonisme terus berlangsung dan merasuk ke dalam benak masyarakat kita tanpa ada tindakan pencegahan. Hedonisme terjadi karena adanya perubahan perilaku pada masyarakat yang hanya menghendaki kesenangan. Perilaku tersebut lama kelamaan mengakar dalam kehidupan masyarakat termasuk para remaja yang pada akhirnya menjadi seperti sebuah

budaya bagi mereka tingkat pengetahuan dan pendidikan juga sangat berpengaruh pada pembentukan sikap mental para remaja.

2.1.5 Tinjauan Tentang Remaja

2.1.5.1 Pengertian Remaja

Dari definisi di atas diketahui bahwa remaja merupakan periode dimana anak-anak menjadi tumbuh atau berkembang kearah dewasa, hal ini dikuatkan oleh pernyataan Borring E.G. (dalam Hurlock, 1990) mengatakan bahwa masa remaja merupakan suatu periode atau masa tumbuhnya seseorang dalam masa transisi dari anak-anak kemasa dewasa, yang meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa[5].

Menurut Arthur T. Jersild cs. Dalam bukunya "*Child Psychology*" (1978). Pada fase perkembangan, kedudukan usia remaja dibagi beberpa fase yaitu sebagai berikut

1. X – 0 tahun : Permulaan kehidupan (masa konsepsi), masa prenatal (dalam kandungan), proses kelahiran.
2. 0 -1 tahun : masa bayi (infancy).
3. 1 -5 tahun : masa kanak - kanak (early childhood).
4. 5 – 12 tahun : masa anak - anak (middle childhood).
5. 15- 18 tahun : masa remaja (adolescence).
6. 18 -25 tahun : masa dewasa awal (pre adulthood).
7. 25 -45 tahun : masa dewasa (early adulthood).(sofyan,2010:23)

[5]http://www.duniapsikologi.com/remaja-pengertian-dan-definisinya/ tgl16-03-2012/22.10

kategorikan sebagai remaja yaitu pada usia 15 sampai dengan 18 tahun, maka dalam usia tersebut remaja termasuk dalam golongan pelajar menengah atas atau siswa siswi SMA, dan juga usia kuliah smester awal.

2.1.6 Tinjauan Eksistensi

2.1.6.1 Pengertian Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Abidin Zaenal:

> "Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu 'menjadi' atau 'mengada'. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, 'melampaui' atau 'mengatasi'. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya". (Abidin Zaenal. 2007:16)

Adapun yang dimaksud eksistensi dalam penelitian ini adalah eksistensi bagaimana gaya hidup hedonisme yang sekarang ini telah menjamur di kalangan remaja kota Bandung, rasa ingin di akui, ingin di perhatikan dan juga mengikuti mode tren jaman sekarang para remaja sering menonjolkan sesuatu yang bisa di bedakan dengan remaja lainnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan teori-teori dari para ahli sebagai landasan berfikirnya, dalam hal ini peneliti menggunakan Definisi Gaya hidup menurut *David Chaney* yaitu :

> "Gaya hidup adalah **pola-pola tindakan** dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk **identitas** kolektif yang berkembang seiring waktu.Gaya hidup **berfungsi** dalam

> **interaksi** dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami". (*David Chaney*,2004)

Dari definisi di atas maka dapat di ketahui bahwa gaya hidup merupakan pola tindakan dari seseorang yang mencerminkan identitas orang tersebut dalam berinteraksi dengan orang lainnya. Sedangkan menurut *Assel (1984, p. 252),* gaya hidup adalah "*A mode of living that is identified by how people spendtheir time (activities), what they consider important in theirenvironment (interest), and what they think of themselves and theworld around them (opinions)*" atau dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang dirinya dan dunia di sekitarnya (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002, p. 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Peneliti dalam penelitiannya menggunakan metode fenomenologi *(phenomenological philoshop)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia dan juga pemahaman atas bagian yang spesifik dari perilaku khusus, bukan sekedar menggambarkan suatu kejadian dari bagian luarnya saja atau menggambarkan secara umum melalui pengamatan, namun peneliti juga harus melakukan pendekatan khusus.

Menurut Stephen W Littlejohn yang dikutip oleh Engkus Koswara dalam metode penelitian komunikasi bahwa

> "*phenomenology makes actual lived experience the basic data ofreality".* (Liitle John, 1996:204).

Dari kutipan diatas dapat diartikan bahwa. Fenomenologi membuat sebuah pengalaman nyata yang aktual berdasarkan data yang realistis, oleh sebab itu peneliti dalam melakukan penelitiannya di dasarkan keingintahuannya atas sebuah kejadian nyata dan aktual melalui pendekatan khusus guna mendapatkan sebuah pengalaman yang berdasarkan objek nyata yang riil atau faktual, Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar (*councious experience).* Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dpelajari.Kata gejala (*phenomenon* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena)* merupakan asal istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek.Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi.Penelahaan masalah dilaksanakan dengan *multi perspektif* atau dari beragam sudut pandang.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Melalui penelitiannya maka peneliti berusaha menjelaskan mengenai bagaimana "Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Remaja Kota Bandung" dan menjadikannya sebagai konsep dalam penelitiannya, maka peneliti dalam hal ini peneliti mencoba untuk mengkaitkan landasan pemikiran teoritis yang telah di jelaskan dengan konsep atau judul penelitiannya.

Dilihat dari faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedon di kalangan remaja kota bandung salah satunya adalah faktor pola-pola tindakan, identitas**,** dan Fungsi interaksi.

1. Pola-Pola Tindakan

   Pola tindakan yang mempengaruhi gaya hidup remaja kota bandung yang mengarah ke gaya hidup hedon seperti interaksi dengan lingkungan atau dengan orang-orang di sekitar baik verbal dan non verbal, seperti gaya bicara, pola bahasa, gaya berpakaian, bahasa tubuh atau *gesture*.

2. Identitas

   Identitas yang ditonjolkan oleh remaja kota bandung yang mempunyai gaya hidup hedon cenderung dapat diketahui melalui, materi, status sosial di masyarakat.

3. Fungsi Interaksi

   Bagaimanaremaja kota bandung dalam gaya hidup hedon menjalani fungsi interaksi sosial di masyarakat dengan kelompok sosial (memiliki kelompok tersendiri).