BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Banyak definisi dan pengertian mengenai komunikasi yang ingin disampaikan oleh para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan makna utama dari komunikasi. Wiryanto dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menjelaskan bahwa, Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersamasama.(Wiryanto, 2004: 5).

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Onong Uchjana Effendy, Istilah komuniksi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. (Effendy, 2003: 9).

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin

dicapai memerlukan adanya suatu pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tersebut, maka dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Fisher (1986: 17) yang dikutip olehWiryanto bahwa, Ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat *eklektif*. (Wiryanto, 2004: 3). Sifat eklektif ini sejalan dengan pendapat yang digambarkan oleh Wilbur Schramm (1963: 2) yang dikutip oleh Wiryanto bahwa, Komunikasi sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya. (Wiryanto, 2004: 3).

Berbagai pendapat untuk menjelaskan komunikasi juga diungkapkan oleh Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe dalam buku *Handbook Communication Science* (1983: 17) yang dikutip oleh Wiryanto, menerangkan bahwa:

> *"Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect* (Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari symbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelasken fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya). (Wiryanto, 2004: 3).

Carl I. Hoveland (1948: 371) dalam buku *Social Communication* , yang dikutip oleh Wiryanto mendefinisikan komunikasi sebgai:

> *" The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individu "*

(Komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain). (Wiryanto, 2004: 6).

Raymond S. Ross (1983: 8) dalam buku *Speech Communication; Fundamentals and Practice* sebagimana yang dikutip oleh Wiryanto mengatakan bahwa komunikasi sebagai:

"Suatu proses menyortir, memilih,dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. (Wiryanto,2004: 6)"

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi yang telah dikemukakan menurut beberapa ahli komunikasi, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya dapat terjadi apabila seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya dapat terjadi apabila didukung oleh adanya komponen atau elemen komunikasi yang diantaranya adalah sumber, pesan, media, penerima dan efek. Ada beberapa pandangan tentang banyaknya unsure komunikasi yang mendukung terjadi dan terjalinnya komunikasi yang efektif. secara garis besar komunikasi telah cukup didukung oleh tiga unsure utama yakni sumber, pesan dan penerima, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain ketiga unsur yang telah disebutkan.

Aristoteles, seorang ahli filsafat Yunani Kuno menerangkan dalam bukunya *Rhetorica* sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara mengatakan bahwa, Suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang

mendukung, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. (Cangara, 2005: 21).

Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika, karena pada zaman Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.

Awal tahun 1960-an David K. Berlo membuat formula komunikasi sederhana yang dikutip oleh Hafied Cangara bahwa, Formula ini dikenal dengan nama "SMCR", yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran-media), dan *Receiver* (penerima). (Cangara, 2005: 22).

Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur komunikasi lainnya, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara, Unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. (Cangara, 2005: 22). Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antarpribadi (persona) dan komunikasi massa.

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menambahkan unsur komunikasi lainnya, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara bahwa, Faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. (Cangara, 2005: 22).

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat pesan *setala* (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy:

> "Pertama komunikator *menyandi* (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. ini berarti ia memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk *mengawa-sandi* (*decode*) pesan komunikator itu. ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator berfungsi sebagai *penyandi* (*encoder*) dan komunikan berfungsi sebagai *pengawa-sandi* (*decoder*). (Effendi, 2003: 13).

Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) ialah bahwa komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat mengawa-sandi hanya ke dalam kata bermakna yang pernah diketahui dalam pengalamannya masing-masing.

Wilbur Schramm dalam karyanya *Communication Research in the United States* sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh oleh komunikan. (Effendy, 2003: 13).

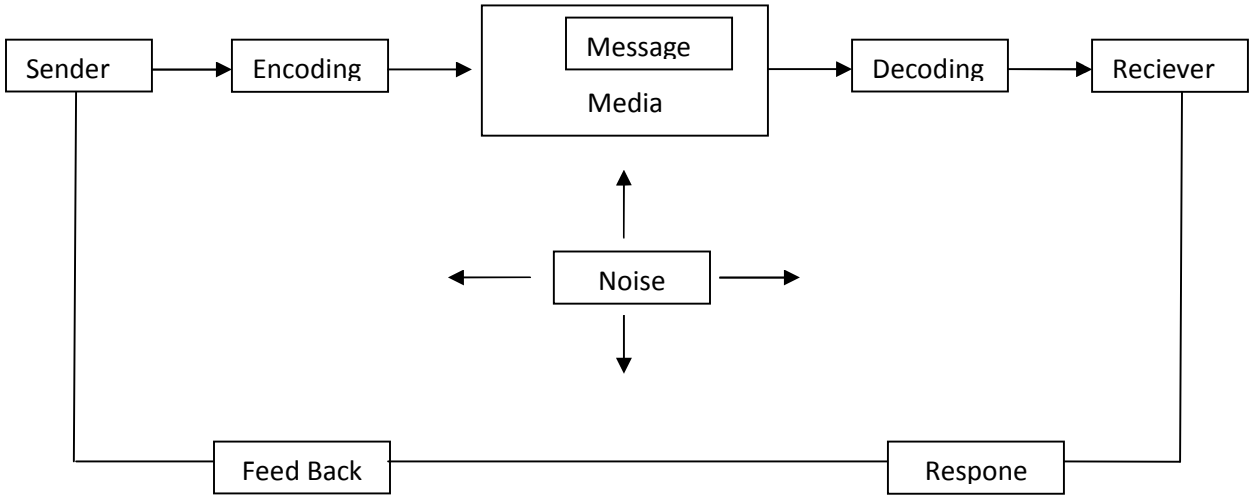
Kemudian Wilbur Schramm menambahkan, sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, Bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. (Effendy, 2003: 13). Pernyataan ini mengandung pengertian, jika bidang pengalaman kominikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Untuk lebih memahami fenomena komunikasi, maka digunakan model-model komunikasi. Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyatanmaupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting dari fenomena tersebut. Paradigma Lasswel yang mengatakan *Who Says What In Which Chanel To Whom With What Effect?*, mengilhami Philip Kotler untuk membentuk suatu model proses komunikasi. Model komunikasi yang ditampilkan oleh Philip Kotler, berdasarkan kepada paradigm Lasswel, dan dikutip Onong Uchjana Effendy, sebagai berikut:

Gambar 2.1

Model Proses Komunikasi



(Sumber: Effendy 1993: 18)

Dari model proses komunikasi di atas dapat di identifikasi unsureunsur dari komunikasi sebagai berikut :

- *Sender* : komunikator menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- *Encoding* : penyandian yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- *Message* : pesan, merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- *Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator ke komunikan.
- *Decoding* : proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan.
- *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- *Response* : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikasn setelah diterpa pesan.
- *Feed back* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterima nya pesan lain oleh komunikan yang

> berbeda pesan yang diberikan oleh komunikator. (Effendy, 1993: 18).

2.1.3 Proses Komunikasi

A. Proses Komunikasi Primer

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan berbagai tujuan. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* , Proses komunikasi

terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, yakni:

> "Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2003: 11).

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka. (Effendy, 2003: 11). Apakah penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk ide, informasi atau opini

mengenai hal yang jelas (kongkret) maupun untuk hal yang masih samar (abstrak), bukan hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi melainkan pada waktu dulu dan masa yang akan datang.

Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik, tetapi kial ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas.

Isyarat juga merupakan cara pengkomunikasian yang menggunakan alat kedua selain bahasa yang biasa digunakan seperti misalnya kentongan, *semaphore* (bahasa isyarat menggunakan bendera), sirine, dan lain-lain. Pengkomunikasian ini juga sangat terbatas dalam menyampaikan pikiran seseorang.

Warna sama seperi halnya isyarat yang dapat mengkomunikasikan dalam bentuk warna-warna tertentu sebagai pengganti bahasa dengan kemampuannya sendiri. dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, warna tetap tidak berbicara banyak untuk menerjemahkan pikiran seseorang karena kemampuannya yang sangat terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambang yang lebih banyak porsinya digunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat

melebihi kemampuan bahasa dalam pengkomunikasian yang terbuka dan transparan. Penggunaan bahasa sebagai penerjemah pikiran dapat didukung dengan menggunakan gambar sebagai alat bantu pemahaman, tetapi posisinya hanya sebagai pelengkap bahasa untuk lebih mempertegas maksud dan tujuannya.

> Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, kial, sandi, simbol, gambar, dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

B. Proses Komunikasi Sekunder

Setelah proses komunikasi primer, maka proses komunikasi kedua adalah proses komunikasi sekunder. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2003: 16).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Menurut Onong Uchjana Effendy, Pentingnya peran media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensi dalam mencapai komunikan. (Effendy, 2003: 17). Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya.

Keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut para ahli komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangkan acuan (*frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses

komunikasinya umpan balik berlangsung seketika, dalam artian komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu.

Ini berlainan dengan komunikasi bermedia, apalagi menggunakan media massa yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya dan dalam proses komunikasinya, umpan balik tidak berlangsung saat itu tetapi memerlukan waktu untuk menanggapinya.

Komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komuniksi primer untuk menembus ruang dan waktu. Dalam menata lambing- lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari atas pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu.

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau nonmassa (*nonmass media*). (Effendy, 2003: 18).

Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (massive) atau missal (massaal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

2.1.4 Fungsi-Fungsi Komunikasi

Berbicara mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*to inform*)
   adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educated*)
   adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikiranya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*)
   adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*)
   adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang di harapkan.(Effendy, 1993 : 36).

Dilihat dari fungsi dan keberadaanya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan, karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan manusia sehari-hari.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Setiap komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan. Tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy, adalah :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)a
3. Perubahan perilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*). (Effendy, 1993 : 35)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (antar pribadi) didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*, yang mengungkapkan, bahwa:

> "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*)." (Devito, 1997: 60).

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berdua, seperti terapis dengan anak autis dalam mengarahkan Metoda Lovaas yang diberikan, atau antara terapis dengan orang tua anak dalam menerangkan Metoda tersebut dari mulai kegunaannya, kemudahannya, dan lainnya. Proses

komunikasi antarpribadi memungkinkan komunkasi yang berlangsung secara dialogis. Dimana terdapat interaksi antara komunikator dan komunikan yang sama-sama aktif. Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mendefinisikan komunikasi antarpribadi, yaitu Komunikasi antara orangorang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal (Mulyana, 2005: 73).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan beberapa ciri khas komunikasi antarpribadi yang membedakannya dengan komunikasi massa dan komunikasi kelompok. Menurut Barnlund yang kemudian dikutip
oleh Liliweri menyatakan beberapa ciri komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi antarpribadi selalu:

1. Terjadi secara spontan
2. Tidak mempunyai stuktur yang teratur atau diatur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu
5. Dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaan yang kadang -kadang kurang jelas
6. Bisa terjadi sambil lalu

(Liliweri, 1997: 13).

Komunikator senantiasa menunjukkan ada hubungan antara dua pihak yang melakukan komunikasi secara bersama-sama, artinya seluruh proses komunikasi yang disertai dengan tindakan persuasi senantiasa diarahkan untuk mengubah cara berpikir, pandangan, wawasan, perasaan, sikap dan tindakan komunikan.

2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Tujuan komunikasi interaksional dalam konteknya sebagai komunikasi interpersonal facebooker dalam komunitas virtual, tentunya dimaksudkan untuk beragam tujuan. Adapun tujuan komunikasi interpersonal; menurut Joseph A Devito yang mengungkapkan, sebagai berikut:

1. Penemuan diri sendiri (*Personal Discovery*)
2. Mengenal dunia di luar dirinya (*Discovery of the External World*)
3. Mengadakan hubungan yang berarti (*Establishing Meaningful Relationships*)
4. Perubahan sikap dan tingkah laku (*Changing Attitudes and Behaviors*)
5. Untuk membantu

(Devito, 1997: 165).

2.2.3 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Evert M Rogers mengemukakan pendapatnya mengenai ciri-ciri komunikasi interpersonal yang kemudian dikutip oleh Lilliweri, yaitu:

1. Komunikasi interpersonal, spontan
2. Komunikasi interpersonal tidak mempunyai tujuan terlebih dahulu
3. Komunikasi interpersonal terjadi secara kebetulan pada peserta yang tidak mempunyai identitas yang jelas
4. Komunikasi interpersonal mempunyai akibat yang disengaja maupun yang tidak disengaja
5. Komunikasi interpersonal seringkali berlangsung berbalas-balasan
6. Komunikasi interpersonal enghendaki paling sedikit melibatkan dua orang dengan suasana yang bebas, bervariasi dan adanya keterpengaruhan
7. Komunikasi interpersonal tidak dikatakan tidak sukses jika tidak membuahkan hasil
8. Komunikasi interpersonal menggunakan lambang-lambang yang bermakna.

(Lilliweri, 1997: 14)

Melalui ciri-ciri komunikasi interpersonal dapat diketahui pula adanya faktor-faktor yang turut berperan pada waktu kegiatan komunikasi berlangsung. Faktor-faktor tersebut berupa kejelasan pesan yang disampaikan, daya tarik komunikator dan keakraban komunikator dalam menghadapi komunikan.

2.2.4 Sifat-sifat Komunikasi Interpersonal

Terdapat tujuh sifat yang menunjukan bahwa komunikasi yang terjadi antara dua orang merupakan komunikasi antarpersona yang mendukung konteks interaksional di dalamnya. Hal ini terangkum dalam pendapat Reardon (1987), Effendy (1986) serta Porter dan Samovar (1982), yang kemudian dikutip oleh Liliweri. Sifat-sifat komunikasi antarpribadi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Komunikasi Antar Persona, Perilaku Verbal dan Nonverbal

Yang dimaksud dengan proksemik atau bahasa jarak/ruang/waktu yaitu tanda-tanda nonverbal yang mewakili pesan tentang bagaimana komunikator dan komunikan menempatkan jarak fisik atau memelihara ruang gerak dalam komunikasi antar persona. Menurut Cassagrande, lambang-lambang nonverbal bisa berbentuk kinesik atau pesan nonverbal melalui gerakan tubuh atau anggota tubuh tertentu. Terakhir gerakan tubuh yang disebut adaptor, yang menunjukan gerakan-gerakan dari orang yang sudah anda kenal. Selain pesan nonverbal melalui proksemik dan kinesik

maka ada pula pesan nonverbal melalui paralinguistik yang berfungsi menunjukan suatu suasana kebathinan melalui suara dan waktu anda melukiskan peristiwa kejahatan, tangisan pedagang asongan, dan lain-lain.

b. Komunikasi Antar Persona, Perilaku Spontan, *Scripted*, dan *Contrived*

a) Bentuk Perilaku Spontan

Bentuk pertama adalah perilaku yang bersifat spontan. Dalam komunikasi antarpribadi perilaku ini dilakukan secara tiba-tiba, serta merta untuk menjawab suatu rangsangan dari luar. Perilaku spontan biasa dilakukan tanpa dipikirkan terlebih dahulu. Contoh orang batak langsung meneriaki kawannya Horas . Atau orang Ambon bertemu dengan serang kawan lama, Si Tutuarima menyapanya kawannya dengan kata-kata yang maki yang berkonotasi porno dan malah jorok .

b) Bentuk Perilaku *Scripted*

Bentuk perilaku berikut adalah perilaku yang bersifat scripted. Kadangkadang kita kurang menyadari bahwa sebagian reaksi emosi manusia terhadap pesan tertentu dilakukan melalui proses belajar sehingga perilaku itu menjadi rutin, kita menyebutnya perilaku karena kebiasaan. Bagaimana perilaku scripted yang verbal?. Seorang pengarang cerita kriminal terkenal Agatha Cristie dapat memilih kata dan menyusun kalimat yang tepat untuk melukiskan suasana terjadinya

kejahatan. Dia mampu membuat bulu roma anda berdiri. Kemahiran Agatha Cristie yang biasa merajut cerita kriminal itu didorong oleh pengetahuan dia yang cukup tentang jenis-jenis perilaku *scripted*. Ituah perilaku *scripted* yang verbal.

c) Bentuk Perilaku *Contrived*

Bentuk terakhir perilaku manusia dalam komunikasi antarpribadi yaitu perilaku *contrived*. Perilaku *contrived* merupakan perilaku yang sebagian besar dilakukan atas pertimbangan kognitif. Jadi perilaku itu timbul karena manusia yakin dan percaya atas apa yang dia lakukan tersebut benar-benar masuk akal. Semua perilaku, ucapan kata-kata verbal dan gerakan-gerakan dan keyakinan si pelaku. Kesimpulannya yaitu, suatu perilaku spontan ditimbulkan karena menusia dikuasai oleh emosi yang bebas, bebas dari campur tangan kognisi. Manusia memilih perilaku verbal-nonverbal karena ia mendapat tekanan emosi sehingga kadangkadang perilaku tersebut dirasa tidak masuk akal. Perilaku *scripted* yang verbal dan nonverbal merupakan hasil suatu proses belajar terus-menerus, sedangkan perilaku *contrived* timbul karena manusia melakukan sesuatu berdasarkan keputusan yang rasional.

c. Komunikasi Antar Persona, Proses Dinamis

Ciri ketiga komuikasi antarpribadi adalah komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang berkembang. Konsep tersebut menunjukan bahwa komunikasi antarpribadi tidak statis melainkan dinamis, demikian kata Miller dan Steinberg. Mereka menerangkan bahwa apabila ada dua orang yang baru pertama kali bertemu, maka kedua orang itu hanya mempunyai gambaran yang umum atau informasi dasar tentang diri mereka masingmasing.

d. Komunikasi Antar Persona Umpan Balik, Interaksi dan Koherensi

a) Hasil Umpan Balik

Komunkasi antarpribadi dikatakan sukses apabila komunikator dan komunikan berpartisipasi melalui pengiriman pesan verbal maupun nonverbal. Setiap tindakan komunikasi termasuk komunikasi antar pribadi selalu ditandai umpan balik. Jika kita berbicara dengan orang lain, kita mengharapkan agar jawaban orang itu menggambarkan bahwa ia bias mengetahui pikiran, perasaan dan bisa melaksanakan apa yang kita maksudkan. Kalau harapan-harapan itu terpenuhi, maka komuikasi antarpribadi telah berhasil karena umpan balik yang ditampilkan orang itu telah membuat kita saling mengerti. Umpan balik antarpribadi selalu mengacu pada respon verbal maupun nonverbal.

b) Hasil Interaksi

Hasil komunikasi yang diukur melalui umpan balik saja tidak cukup. Komunikasi antarpribadi juga melibatkan beberapa tingkat interaksi antarpribadi. Umpan balik tidak mungkin ada jika tidak ada interaksi atau kegiatan dan tindakan yang menyertainya. Keberadaan interaksi menunjukan bahwa komunikasi antarpribadi menghasilkan suatu umpan balik pada tingkat keterpengaruhan tertentu. Interaksi dalam komunikasi antarpribadi biasa mempertimbangkan apakah tujuan komunikasi yang dilakukan hanya mengharapkan perubahan pikiran dan pendapat atau minat dan perasaan, atau hanya mengharapkan perubahan pada tindakan tertentu.

c) Hasil Koherensi

Satu umpan balik berupa pesan verbal maupun nonverbal lebih bermakna kalau terjadi koherensi. Yang dimaksud koherensi yaitu terciptanya benang merah atau jalinan antara pesan-pesan verbal maupun nonverbal yang telah dinyatakan, sedang dinyatakan dan akan dinyatakan oleh orang lain. Apabila anda dapat memahami alur dan urutan cara berpikir, perasaan maupun tindakan komunikasi orang lain maka anda mulai memperoleh hasil komunikasi antarpribadi yang

bersifat koherensi. Hasil koherensi itu demikian penting bagi anda untuk memahami dan mencegah kesalahpahaman terhadap orang itu.

e. Komunikasi Antar Persona, Tatanan Intrinsik dan Ekstrinsik

a) Tatanan Intrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan intrinsik adalah suatu standarisasi perilaku yang sengaja dikembangkan untuk memandu pelaksanaan komunikasi antarpribadi. Tata aturan intrinsik biasa disepakati di antara peserta komunikasi antarpribadi. Ini berarti komunikator dan komunikan bisa memusyawarahkan apakah suatu tema pembicaraan dapat dihentikan atau diteruskan itulah tatanan intrinsik.

b) Tatanan Ekstrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan ekstrinsik adalah tata aturan yang timbul akibat pengaruh pihak ketiga atau pengaruh situasi dan kondisi sehingga komunikasi antarpribadi harus diperbaiki.

f. Komunkasi Antar Persona, Merujuk pada Tindakan

Komunikasi antarpribadi harus disertai dengan tindakan-tindakan tertentu. Jadi komunikator dengan komunikan harus bersama-sama menciptakan kegiatan tertentu yang mengesankan bahwa mereka selalu berkomunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi tidak hanya memerlukan perhatian

pada kedatangan stimulus pesan, namun lebih dari itu, seluruh proses komunikasi antarpribadi harus memperhatikan seluruh proses komunikasi itu. Maka benar, para ahli komunikasi mengajukan pandangan baru tentang hubungan antara komunikator dan komunikan, yaitu prinsip: anda berkomunikasi, berhubungan, berbicara dengan pihak lain bukan berkomunikasi, berhubungan, atau berbicara *untuk* pihak lain.

g. Komunikasi Antar Persona, Tindakan Persuasi Antarmanusia

Sunarjo (1983) mengutip berbagai sumber menyebutkan persuasi merupakan teknik untuk mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi. Demikian, persuasi bukan sekadar menampilkan bukti bahwa suatu pendapat sudah diterima komunikan, tetapi persuasi harus mampu menyatukan suasana sosiologis, psikologis antara komunikator dengan komunikan. Oleh karena itu peran komunikator dalam komunikasi antarpribadi senantiasa melibatkan usaha yang bersifat persuasif. (Lilliweri, 1997: 28).

2.3 Tinjauan mengenai studi fenomenologi

Menurut *TheOxford English Dictionary*, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah ;

" (a*) the science of phenomena as distinct from being* (*ontology*), dan (b) *division of any science which describes and classifiesits phenomena*. Jadi, fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. (Kuswarno, 2009:1) "

Fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum.Menurut filosof Immanuel Kant, fenomena didefinisikan sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak darinya). 40

Secara umum fenomena dapat disimpulkan sebagai sesuatu yang kita sadari, objek dan kejadian di sekitar kita, orang lain, dan diri kita sendiri, sebagai refleksi dari pengalaman sadar kita.

Tokoh-tokoh fenomenologi:

a. Edmund Husserl (1859-1938)

Huserl adalah pendiri dan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Menurut Husserl, dengan fenomenologi kita dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminyasendiri.

Fenomenologi Husserl pada prinsipnya bercorak idealistik, karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran.

Adapun pokok-pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi adalah:

1. Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak
2. Tidak ada batas antara subjek dengan realitas
3. Kesadaran bersifat intensional
4. Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (*noesis*) dengan objek yang disadari (*noema*)

b. Alfred Schutz (1899-1959)

Alfred Schutz (seorang pegawai pabrik sekaligus filsuf fenomenologi) lahir di Vienna pada tahun 1899 dan meninggal di New York 1959.

Analisisnya yang mendalam mengenai fenomenologi didapatkannya ketika magang di *New School for the Social Research* di New York. Schutz membawa fenomenologi ke dalam ilmu sosial baginya tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran.Schutz meletakan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Inkuiri dari fenomenologi dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Kaum fenomenologi berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitnya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. (Moleong, 2001:9)

Menurut The Oxford English Dicrionary, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah (a*) the science of phenomena as distinct from being (ontology),* dan (b) *division of any science which describes and classifies its phenomena.* (Kuswarno. 2009:1)

Jadi, fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi atau disiplin ilmu yang menjelaskan atau mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, dan bagaimana penampakannya.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia menkonstruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektifitas. Intersubjektivitas karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Fenomenologi adalah instrumen untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan pekerjaan sosialnya. Fenomenologi berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial, dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Jadi di sini, penulis ingin mengungkap bagaimana fenomenologi daya tarik bahasa alay sebagai komunikasi di kalangan remaja Kota Bandung pada penggunaan *Facebook.*

2.4 Tinjauan mengenai bahasa

a. Definisi bahasa

Dalam pengertian yang populer, bahasa adalah percakapan. Sedangkan dalam wacana linguistik bahasa diartikan sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap), yang bersifat arbiter dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran. (Wibowo, 2001:3)

Menurut Spradley, yang dikutip dalam buku Semiotika Komunikasi (Sobur, 2003:273) menyebutkan bahwa “bahasa lebih dari sekedar alat mengkomunikasikan realitas; bahasa merupakan alat untuk menyusun realitas.”

Sedangkan menurut Kratz dalam buku yang sama, berpendapat bahwa dalam pandangan teori linguistik yang dipengaruhi Chomski, bahasa adalah sejumlah kalimat yang tak terbatas dan setiap kalimat bersifat tunggal-ialah setiap kalimat hanya satu kali terbentuk dalam suatu bentuk yang tertentu.

Asal-usul bahasa sampai saat ini masih menjadi spekulasi. Asal-usul bahasa sudah lama menjadi objek kajian para ahli, sejak dari kalangan psikolog, antropolog, filsuf, maupun teolog, sehingga lahirlah sub-sub ilmu dan filsafat bahasa, seperti halnya : fonologi, semantika, gramafika, psiko linguistik, sastra semiotika, dan hermeneutika.

Jalaludin Rakhmat menyebutkan dua cara untuk mendefinisikan bahasa, yaitu cara fungsional dan cara formal. Definisi fungsional melihat bahasa dari segi fungsinya, sehingga bahasa diartikan sebagai "alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan" (*socially shares means for expressing ideas*). Sedangkan definisi formal menyatakan bahwa bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa (*all the conceivable sentences that could be generated according to the rules of the grammar*). "setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberikan arti." (Sobur, 2003:276)

Anderson mengemukakan delapan prinsip dasar mengenai bahasa, yaitu:

1. Bahasa adalah suatu sistem
2. Bahasa adalah vokal (bunyi ujaran)
3. Bahasa tersusun dari lambang-lambang mana suka (*arbithary symbols*)
4. Setiap bahasa bersifat unik, bersifat khas
5. Bahasa dibangun dari kebiasaan-kebiasaan
6. Bahasa adalah alat komunikasi
7. Bahasa berhubungan erat dengan budaya tempat bahasa itu berada
8. Bahasa itu berubah-ubah

Sering dikatakan, filsafat kini tengah mengalami "pembalikan ke arah bahasa" (*linguistic turn*). Bahasapun tiba-tiba saja muncul di tengah-tengah persinggungan antara seni dan filsafat, sehingga kemudian menghasilkan seni yang filosofis dan

filsafat yang estetis.Dunia seni dan filsafat menjadi semacam arena baru yang oleh Wittgenstein disebut-sebut sebagai permainan bahasa (*language games*}.[1]

Dalam permainan bahasa, yang difokuskan bukanlah keefektifan pesan dan kedalaman makna yang ingin dicari, melainkan kesenangan bermain dengan bahasa, dan kenikmatan melalui apa yang dikatakan Baudrillard *ekstasi komunikasi*, atau yang disebut Barthes *jouissance.*

Bahasa menurut Levi-Strauss, dapat dikatakan merupakan suatu kondisi budaya, dan ini berlaku dalam dua hal. Bahasa adalah kondisi budaya secara diakronis, karena terutama melalui bahasalah kita mengenal budaya kita sendiri.akan tetapi dari titik pandang yang jauh lebih teoritis, bahasa dapat pula dikatakan sebagai kondisi budaya karena bahan pembentuknya berasal dari jenis yang sama dengan bahan pembentuk budaya sebagai suatu keseluruhan. Perkembangan bahasa dipengaruhi perubahan-perubahan sosio-budaya. Karena itu ketika situasi historis berubah, bahasa pun sedikit banyak mengalami perubahan. Perubahan itu pada umumnya berlangsung lambat dan evolusioner. Kata-kata baru diperkenalkan dan kata-kata lama mendapatkan pengertian baru atau bahkan ditinggalkan sama sekali.

H.A.K. Halliday dalam bukunya *Explorations in the functionof language*yang telah di kutip dalam buku Semiotika karangan Alex Sobur, menemukan tujuh fungsi dari bahasa, yaitu:

[1] Ibid. 287

1. *The inxtrumental function* (fungsi instrumental), melayani pengelolaan lingkungan, menyebabkan peristiwa-peristiwa tertentu terjadi.

2. *The regulatory function* (fungsi regulasi), bertindak untuk mengawasi serta mengendalikan berbagai peristiwa. Adanya fungsi regulasi ini memang agak sukar dibedakan dari fungsi instrumental. Fungsi regulasi, fungsi pengendalian atau fungsi pengaturan ini bertindak untuk mengendalikan serta mengatur orang lain.

3. *The representational function* (fungsi pemerian) adalah menyampaikan fakta-fakta dan pengetahuan, menjelaskan atau melaporkan, atau dengan kata lain menggambarkan, memberikan (atau *represent*) realitas yang sebenarnya, seperti yang dilihat oleh seseorang.
4. *The interactional function* (fungsi interaksi), bertugas untuk menjamin serta memantapkan ketahanan dan kelangsungan komunikasi, interaksi sosial. Keberhasilan komunikasi interaksional ini menuntut pengetahuan secukupnya mengenai logat (slang), logat khusus (jargon), lelucon, cerita rakyat (folklore), adat istiadat dan budaya setempat, tata krama pergaulan, dan sebagainya.

5. *The personal function* (fungsi personal), memberi kesempatan kepada seorang pembicara untuk mengekspresikan perasaan, emosi pribadi, serta reaksi-reaksinya yang mendalam. Kepribadian seseorang biasanya ditadai oleh penggunaan fungsi personal bahasanya dalam berkomunikasi dengan orag lain.

6. *The heuristic function* (fungsi heuristik), melibatkan penggunaan bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, mempelajari seluk beluk lingkungan. Penyelidikan, rasa ingin tahu,merupakan suatu metode heuristik untuk memperoleh representasi-representasi realitas dari orang lain.

7. *The imaginative function* (fungsi imajinatif), melayani penciptaan sistem-sistem atau gagasan-gagasan yang bersifat imajinatif. Kita bebas bertualang dan mengembara ke seberang dunia nyata untuk menjelajahi puncak-puncak keluhuran serta keindahan bahasa itu sendiri. [2]

[2] http://esaidimasar.blogspot.com/10/05/11.19.00

b. Fungsi Bahasa

Bahasa merupakan hasil aktivitas manusia. Maju mundurnya suatu bahasa bergantung pada tiap pemakai bahasa. Kadang fungsi bahasa itu sering tidak disadari. Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuuki orang, objek, dan peristiwa. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa, dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka mereka, yang lalu menjadi konvensi.

Dalam buku Sosiolinguistik karangan Pateda Mansoer, Larry L. Barker menyebutkan bahwa bahasa mempunyai tiga fungsi:

1. Penamaan (*naming atau labeling*)
   Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Interaksi
   Fungsi interaksi menekankan berbagai gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan, dan kebingungan.
3. Transmisi informasi
   Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan trdadisi kita.

Dalam buku karangan Deddy Mulyana (2007:267), Book mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu: untuk mengenal dunia di sekitar kita, berhubungan dengan orang lain, dan untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita.

Penjabarannya sebagai berikut:

1. Untuk mengenal dunia di sekitar kita

   Melalui bahasa hal apapun yang diminati bisa dipelajari, mulai dari sejarah suatu bangsa, peristiwa masalalu yang dialami, ataupun peristiwa masalalu yang diperoleh melalui sumber kedua, seperti media cetak atau media elektronik.

2. Berhubungan dengan orang lain

   Untuk dapat bergaul dengan orang lain bisa juga menggunakan bahasa, tujuannya untuk menimbulkan kesengangan dan mempengaruhi orang lain agar tujuan yang kita inginkan dapat terwujud.

3. Menciptakan koherensi dalam kehidupan

   Dengan fungsi tersebut diharapkan agar kehidupan yang dijalani dapat lebih teratur, dan saling memahami mengenai diri sendiri.

Akan tetapi, sebenarnya tidak selamanya ketiga fungsi bahasa tersebut dapat dipenuhi. Meskipun bahasa merupakan sarana komunikasi dengan individu lain, sarana ini secara inheren mengandung kendala, karena sifatnya yang cair dan keterbatasannya.

c. Variasi bahasa

Bahasa di dunia ini tidaklah sama. Bahasa berbeda bukan hanya antar Negara saja tetapi juga di suatu daerah tertentu.

Menurut C. A. Ferguson dan J. D. Gumperz, yang telah diterjemahkan dalam buku Sosiolinguistik, variasi adalah:

> *"a variety is any body of human speech pattern which is sufficiently homogeneous to be analysed by available techniques of synchronic description and which has a sufficiently large repertory of element and their arrangements or processes with broad enough semantic scope to function in all normal contexts of communication"*(Terjemahan:"suatu keanekaragaman pada setiap pola komunikasi manusia yang cukup homogen akan dianalisis dengan teknik penyesuaian deskprisi dan pengaturan atau pengolahan dalam semua konteks komunikasi..)[3]

Variasi bahasa dapat dilihat dari:

a. Tempat

Tempat dapat menimbulkan variasi bahasa. Dalam hal ini, yang dimakud dengan tempat adalah wilayah yang dibatasi oleh geografis. Variasi seperti ini menghasilkan apa yang disebut dialek. Dialek berasal dari bahasa Yunani yaitu *dialektos*. Dialek adalah seperangkat bentuk ujaran setempat yang berbeda-beda.

b. Waktu

Variasi bahasa secara diakronik disebut dialek temporal yaitu dialek yang berlaku pada kurun waktu tertentu. Perbedaan waktu ini menyebabkan perbedaan makna untuk kata-kata tertentu. Bahasa mengikuti garis perkembangan masyarakat pemakai bahasa. Terkadang bukan hanya maknanya yang berbeda tetapi juga bunyinya (lafal), bahkan bentuk katanya. Dikarenakan bahasa yang bersifat dinamis dan bukan statis.

[3] Ferguson (1971, p.30)-Language, Dialects, and Varieties

c. Pemakai

Variasi bahasa dlihat dari segi penutur atau pemakai bahasa dapat dirinci atas:

1. Glosolalia, yaitu ujaran yang dituturkan ketika orang mengalami tidak sadarkan diri (kesurupan).
2. Idiolek, yaitu bahasa yang diujarkan berbeda oleh setiap pembcara.
3. Perbedaan jenis kelamin
4. Monolingual
5. Rol, yaitu peranan yang dimainkan oleh seorang pembicara dalam interaksi sosial.
6. Status sosial (pekerjaan, pendidikan)
7. Umur [4]

d. Situasi

Variasi bahasa dilihat dari segi situasinya dapat dibagi atas:

1. Bahasa dalam situasi resmi
2. Bahasa dalam situasi tidak resmi

[4] Chaer dan agustina(1995:82-83)

2.5 Tinjauan Tentang Daya Tarik

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah; kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian komunikan (Onong, 1989: 33).

Sedangkan menurut Kotler dalam Sindoro adalah: Daya tarik isi pesan sebuah tayangan meliputi daya tarik rasional,emosional dan moral. Daya tarik rasional menunjukan bahwa kegiatan ersebut menghasilkan manfaat, sedangkan daya tarik emosional mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk, dan dayatarik moral di arahkan pada perasaan seseorang sehingga sering digunakan

untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial . (Sindoro,1996: 81).

Berdasarkan dari dua definisi mengenai daya tarik diatas, maka penelitimengambil kesimpulan bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan darisuatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animokomunikan. Berdasarkan pengertiannya, daya tarik merupakan kekuatan yangdapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembalipesan yang ia peroleh dari media komunikasi. Sehingga peneliti menyimpulkanbahwa daya tarik merupakan kekuatan mutlak yang harus diperhatikan, karenaberhubungan dengan kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatiankomunikan sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan. Daya tarik dapatmenjadi suatu proses psikologis yang dapat berkembang menjadi

pemberianrespon positif maupun respon negatif terhadap pesan komunikasi yang diberikan.Daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentukkomunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan.

Berdasarkan pengertiannya daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian. Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja dapat mewarnaiperilaku seseorang tetapi lebih dari itu, dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian danmerelakan dirinya untuk terikat pada satu kegiatan.Pendapat lain menurut Whiteringtон mengenai pengertian daya tarik yangdikutip oleh M. Buchori, adalah: daya tarik adalah kesadaran seseorang, suatusaat atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya, daya tarik harusdipandang sebagaimana sambutan yang sadar (Buchori, 1988: 135).

Sedangkan menurut Moh. As ad dalam bukunya psikologi industri,mengemukakan bahwa: Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senangakan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dankecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu (As ad, 1992: 89).

Menurut Kotler dalam Sindoro, daya tarik isi pesan meliputi:

1. Daya tarik Rasional
2. Daya tarik Emosional
3. Daya tarik Moral (Sindoro, 1996: 81)

Dengan demikian, penggunaan bahasa alay dikalangan remaja pengguna facebook ini merupakan realisasi dari ketiga macam bentuk daya tarik tersebut mulai dari mempunyai manfaat sebagai sarana komunikasi yang menarik khususnya bagi komunitas *alayers*, memberikan motivasi pada remaja kota Bandung sebagai sarana komunikasi pada komunitas mereka serta dapat mengarahkan remaja kota Bandung tentang berkomunikasi yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah social.

2.6 Tinjauan mengenai bahasa alay pada remaja

Alay adalah singkatan dari Anak layangan, Alah lebay, Anak Layu, atau Anak keLayapan yang menghubungkannya dengan anak JARPUL (Jarang Pulang). Tapi yang paling santer adalah anak layangan. Dominannya, istilah ini untuk menggambarkan anak yg sok keren, secara fashion, karya (musik) maupun kelakuan secara umum. Konon asal usulnya, alay diartikan "anak kampung", karena anak kampung yang rata-rata berambut merah dan berkulit sawo gelap karena kebanyakan main layangan.[5]

berikut adalah pengertian alay menurut beberapa ahli :

> **KoentjaraNingrat:**
> "Alay adalah gejala yang dialami pemuda-pemudi Indonesia, yang ingin diakui statusnya diantara teman-temannya. Gejala ini akan mengubah gaya tulisan, dan gaya berpakain, sekaligus meningkatkan kenarsisan, yang cukup mengganggu masyarakat dunia maya (baca: Pengguna internet sejati,kayak

[5] http://handry-ndry.blogspot.com/28/5/11.16.02

blogger dan kaskuser). Diharapkan Sifat ini segera hilang, jika tidak akan mengganggu masyarakat sekitar.

SeloSoemaridjan:
"Alay adalah perilaku remaja Indonesia, yang membuat dirinya merasa keren, cantik, hebat diantara yang lain. Hal ini bertentangan dengan sifat Rakyat Indonesia yang sopan, santun, dan ramah. Faktor yang menyebabkan bisa melalui media TV (sinetron), dan musisi dengan dandanan seperti itu."

Bahasa alay dapat diartikan sebagai variasi bahasa yang bersifat sementara yang biasanya berupa singkatan menggabungkan huruf dengan angka, memperpanjang atau memperpendek dan mencampurkan huruf besar dan kecil membentuk sebuah kata maupun kalimat. Bahasa alay lebih sering digunakan oleh anak-anak remaja seumuran SMP maupun SMU, yang secara tidak langsung bahasa tersebut menjadi suatu budaya. Bahasa alay digunakan oleh kalangan remaja sebagai bahasa kode atau singkatan agar kata-kata menjadi aneh, lucu dan menarik. Tidak dipungkiri hingga sekarang bahasa alay semakin luas pemakaiannya dan semakin banyak para remaja bahkan orang dewasa menggunkan penulisan atau pengucapan bahsa alay karena adanya unsur daya tarik yang membuat orang orang yang sebelumnya kurang paham akan bahasa alay ini menjadi ingin tahu dan akhirnya mengikuti menggucapkan atau menulis dengan bahasa alay.[6]

Bahasa tidak bersifat statis, namun bersifat dinamis.Kedinamisan bahasa disebabkan oleh kedinamisan masyarakat pemakai bahasa.Oleh karena bahasa

[6] http://andriew.blogspot.com/28/5/11.16.10

bersifat dinamis, maka terjadi perubahan-perubahan terutama dalam hal penambahan kosa kata dan juga aspek-aspek lain dari bahasa.

Secara teknik ada beberapa cara orang nulis yang katanya disebut dengan tulisan alay diantaranya adalah :

1. Menulis dengan mencapur adukan huruf besar dan huruf kecil dan terkadang dengan simbol-simbol.
2. Menulis dengan mencampur adukan antara bahasa asing dengan bahasa Indonesia disertai dengan menambah-nambahkan huruf yang tidak penting.

Tabel 2.1

Contoh Bahasa Alay

NO	BAHASA ALAY	MAKNA
1	*Akyu, Akuwh, Akku, q.*	Aku,saya
2	*Humz, Hozz*	Rumah
3	*Luthu, Uchul, Luchuw*	Lucu
4	*Lom, Lum*	Belum
5	*Maniezt, Manies*	Manis

2.7 Tinjaun mengenai remaja

Remaja berasal dari bahasa inggris "teenager" yakni manusia usia 13-19 tahun.Dimana usia tersebut merupakan perkembangan untuk menjadi dewasa. Oleh sebab itu orang tua dan pendidik sebagai bagian masyarakat yang lebih berpengalaman berperan penting dalam mengarahkan perkembangan remaja. Remaja berasal dari kata latin adolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah adolensence mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1992).

Seperti yang dikemukakan oleh Calon (dalam Monks, dkk 1994) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53)

Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek / fungsi untuk memasuki masa dewasa. Bagi remaja, perilaku-perilaku dan kebiasaan yang baru sangat menarik untuk mereka ketahui. Bagi remaja,menggunakan atau menciptakan “ trend “ atau sesuatu hal yang berbeda dan baru memberikan kesenangan tersendiri bagi mereka karena dengan mengikuti atau menciptakan hal-hal yang baru mereka merasa lebih “ hebat “ dari remaja lainnya.

Remaja memiliki peran yang besar dalam perkembangan bahasa, karena saat remaja adalah saat di mana aspek kognitif berkembang dengan pesat. Pada tahap ini, manusia cenderung lebih menunjukkan kapasitas abstraknya, yakni dengan menggunakan bahasa yang hanya bisa dimengerti oleh mereka sendiri (Papalia: 2004). Sejalan dengan perkembangan kognitifnya, perkembangan bahasa remaja mengalami peningkatan pesat. Kosakata remaja terus mengalami perkembangan seiring dengan bertambahnya referensi bacaan dengan topik-topik yang lebih kompleks.

Menurut Owen (dalam Papalia: 2004) remaja mulai peka dengan kata-kata yang memiliki makna ganda. Mereka menyukai penggunaan metafora, ironi, dan bermain dengan kata-kata untuk mengekspresikan pendapat mereka. Terkadang mereka menciptakan ungkapan-ungkapan baru yang sifatnya tidak baku Begitu pula dengan bahasa alay yang di gunakan, remaja lebih memiliki kreatifitas yang lebih di bandingkan orang dewasa maupun orang tua karena pada masa remaja seseorang lebih memiliki banyak kesempatan untuk menciptakan hal-hal yang baru seperti komunitas alay yang menciptakan bahasa alay. Seperti yang kita ketahui bahasa alay lebih sering digunakan oleh anak-anak remaja seumuran SMP maupun SMU yang notabene merupakan seorang remaja.

2.8 Tinjaun mengenai jejaring social

2.8.1 Definisi Jejaring Sosial

Jejaring sosial atau jaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi)

yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Analisis jaringan sosial memandang hubungan sosial sebagai *simpul* dan *ikatan*. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya.

2.8.2 Sejarah Jejaring Sosial

Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer.

Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan jejaring sosial yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001. Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Pada tahun 2005, suatu layanan jejaring sosial MySpace, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan Google dengan Facebook, pesaing yang tumbuh dengan cepat.

Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun 2005 ketika Yahoo meluncurkan Yahoo! 360°. Pada bulan juli 2005 News Corporation membeli MySpace, diikuti oleh ITV (UK) membeli Friends Reunited pada Desember 2005. Diperkirakan ada lebih dari 200 situs jejaring sosial menggunakan model jejaring sosial ini.

2.8.3 Fungsi Jejaring Sosial

Jejaring social umumnya memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam hal:

a. Memperluas interaksi bedasarkan kesamaan nilai yang dimilki masing – masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, ehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
b. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana Information Sharing dan Comment.
c. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk updae teknoloi informasi.
d. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
e. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai meia intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana Citizen Journalism. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa oleh beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya. [7]

Pertumbuhan jejaring sosial semakin pesat seiring dengan kemudahannya dalam berbagai hal. Namun tidak semua orang menggunakan fungsi jejaring sosial dengan benar. Seperti, *Facebook* dan *Twitter* yang

[7] http://irfanodahilmi.blogspot.com/10/0611.19.30

sedang menjadi tren di berbagai kalangan. Pembuat atau owner dari jejaring-jejaring sosial ini tentu saja punya maksud yang baik atas pembuatan jejaring ini. Banyak juga orang atau kelompok yang membuat grup di *Facebook* dengan tujuan yang positif. Namun sangat disayangkan, beberapa waktu belakangan ini, banyak invitation grup yang justru mengganggu. Bahkan beberapa bulan terakhir ini banyak berdiri online shop yang berpromosi di *Facebook,* karena dinilai ekonomis dan mudah. Tentu saja ini mampu membantu perekonomian sebagian kalangan. Begitu juga dengan *Twitter*. Dikemas dalam cara berinteraksi yang berbeda dari *Facebook*, jejaring sosial yang berlogo burung kecil ini mengedepankan konsep chatting dalam berinteraksi.

2.8.4 Layanan Jejaring Sosial

Banyak layanan jejaring sosial berbasiskan web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-upload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya.

2.9 Tinjaun mengenai *facebook*.

Facebook termasuk dalam kategori situs jejaring sosial seperti Friendster, MySpace, Multiply, Yuwie, dll yang menyediakan media bagi para penggunanya untuk saling bertukar informasi dan berinteraksi. Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2006 oleh seorang mahasiswa Harvard University, Mark Zuckerberg. Nama Facebook sendiri diinspirasi oleh Zuckerberg dari sebuah istilah di kalangan kampus seantero AS untuk saling mengenal antar sesama civitas akademiknya. Awalnya para penggunanya hanya dikhususkan bagi para mahasiswa di kampus Harvard University. Lalu kemudian diperluas ke sejumlah kampus di wilayah Boston (Boston College, Boston University, Northeastern University, Tufts University) dan kampus-kampus lainnya seperti Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, and Ivy League. Menyusul kemudian sejumlah kampus lain di AS. Akhirnya, penggunanya lebih diperluas lagi ke sejumlah kampus lain di seluruh dunia. Tanggal 11 September 2006, Facebook membuat satu langkah penting dengan mengizinkan aksesnya ke seluruh netter yang mempunyai alamat email valid, namun, dengan pembatasan usia.

2.10 Tinjauan Mengenai Bahasa Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat

antara para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan perhatian dan nilai. Kekuatan pengikat dari suatu komunitas, terutama adalah adanya kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya didasarkan pada kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial, ekonomi, dan sebagainya.Bahasa komunitas dapat diartikan sebagai suatu kelompok atau komunitas yang menggunakan bahasa-bahasa atau kata-kata tertentu yang telah disepakati oleh komunitas atau kelompok tersebut. Seseorang atau suatu kelompok orang dapat menciptakan permainan bahasa (*language play*). Seperti halnya kelompok Remaja alay mereka termasuk termasuk kaum minoritas dalam masyarakat. Maka dari itu mereka membentuk suatu komunitas atau perkumpulan untuk lebih bisa mengekploitasi diri mereka sebagai seorang *alayers(* pengguna bahasa alay *)*

Komunikasi verbal dan nonverbal pada komunitas remaja alay memiliki ciri khas tersendiri. Komunikasi verbal remaja alay dapat dilihat dari bahasa yang mereka gunakan untuk berkomunikasi sehari-hari. Bahasa tersebut kemudian digunakan oleh kaum *alay* ketika berada pada komunitasnya. Sedangkan komunikasi nonverbal (biasanya terlihat pada SMS maupun di media *facebook*) dapat dilihat dari cara menulis dengan mencampur adukan huruf besar dan huruf kecil dan terkadang dengan simbol-simbol serta angka-angka, menyingkat kata, menulis dengan huruf besar kecil dan menulis dengan mencampur adukan antara bahasa asing dengan bahasa Indonesia disertai dengan menambahkan huruf yang tidak penting. Dari pernyataan di atas dapat dilihat bahwa komunikasi atau sistem bahasa yang dilakukan

oleh remaja *alay* dapat terus berkembang sehingga bahasa yang mereka gunakan lama kelamaan akan bergabung dengan bahasa yang digunakan oleh masyarakat setempat.