BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Sebagai makhluk sosial kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan sosial manusia atau masyarakat.

Pengertian komunikasi secara umum adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media dengan tujuan untuk mendapatkan umpan balik. Sedangkan pengertian dari komunikasi itu sendiri menurut Hovland, Janis & Kelley (1953) adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

Dalam hal penyampaian informasi ini, tentu saja bukanlah hal yang mudah. Hal ini sebab pada saat komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih, ibarat dua kutub yang berbeda sedang berhadapan, dikarenakan individu memiliki pengalaman yang berbeda dan dari latar belakang yang berbeda pula.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Communication* dan dalam bahasa latin berasal dari kata *Communicatus* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary* dijelaskan

bahwa komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui system lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”. Ada yang berpendapat komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran terntentu.

Pada dasarnya komunikasi merupakan proses komunikasi dua arah, komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja, komunikasi harus mengandung pembagian ide, pikiran, fakta atau pendapat.

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Terdapat beberapa definisi tentang komunikasi dari beberapa para ahli, diantaranya :

Weaver mendefinisikan komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.

Harold Lasswell mendefinisikan komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa”, “dan dengan akibat apa” atau “hasil apa”. (*who says what in which channel to whom and with what effect*)

Definisi Lasswell, secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu :

1. Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber).
2. Mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan).

3. Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima).
4. Melalui saluran apa (saluran atau alat apa yang digunakan dalam penyampaian informasi).
5. Dengan akibat atau hasil apa (hasil yang terjadi pada diri penerima).

Wilbur Schrarmm menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (sharing proses), Schrarmm menguraikannya demikian :

"Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide, dan sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memilki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu.

Dari uraian Schrarmm itu dapat disimpulkan bahwa sebuah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*) ; kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerima (*audience-receiver*)-nya. Sebuah komunikasi akan benar-benar efektif apabila audience menerima pesan, pengertian dan lain-lain persis sama seperti apa yang dikehendaki oleh penyampai.

2.1.2 Proses Komunikasi

Setelah kita memahami pengertian komunikasi, maka selanjutnya perlu diketahui pula tentang proses komunikasi. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahaminya informasi oleh komunikan. Komunikasi adalah suat proses, suatu kegiatan yang berlangsung kontinu.

Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen-elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain. Elemen-elemen komunikasi saling bergantung, tidak pernah independen, masing-masing komponen saling mengait dengan komponen yang lain. Karena sifat saling bergantung ini, perubahan pada elemen proses akan mengakibatkan perubahan pada elemen-elemen yang lain.

Esensi dalam proses komunikasi adalah untuk memperoleh kesamaan makna di antara orang yang terlibat dalam proses komunikasi antar manusia. Menurut pandangan Ruesch dan Bateson dalam Liliweri (1994), bahwa tingkatan yang paling penting dalam komunikasi manusia adalah komunikasi antar pribadi yang diartikan sebagai relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Melalui proses ini individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain melalui proses yang disebut pengiriman (*transmitting*) dan penerimaan (*receiving*).

William G.Scott mengutip pendapat Babcock dalam Thoha (1977) mengatakan bahwa ada 5 faktor yang mempengaruhi proses komunikasi :

1. *The Act* (Perbuatan)

   Perbuatan komunikasi menginginkan pemakaian lambing-lambang yang dapat dimengerti secara baik dan hubungan-hubungan yang dilakukan

oleh manusia. Pada umumnya lambing tersebut dinyatakan dengan bahasa atau dalam keadaan terntentu tanda-tanda lain dapat pula dipergunakan.

2. *The Scene* (Adegan)

   Adegan sebagai salah satu faktor dalam komunikasi ini menekankan hubungannya dengan lingkungan komunikasi. Adegan ini menjelaskan apa yang akan dilakukan, simbol apa yang digunakan dan arti dari apa yang dikatakan. Dengan pengertian adegan ini merupakan apa yang dimaksudkan yakni sesuatu yang akan dikomunikasikan dengan melalui symbol apa, sesuati itu dapat dikomunikasikan.

3. *The Agent* (Pelaku)

   Individu-individu yang mengambil bagian dalam hubungan komunikasi dinamakan pelaku-pelaku komunikasi. pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi ini, adalah contoh dari pelaku-pelaku komunikasi tersebut dan peranannya seringkali saling menggantikan dalam situasi komunikasi yang berkembang.

4. *The Agency* (Perantara)

   Alat-alat yang dipergunakan dalam komunikasi dapat membangun terwujudnya perantara itu (*the agency*). Alat-alat itu selain dapat berwujud komunikasi lisan, tatap muka, dapat juga alat komunikasi tertulis, seperti surat perintah, memo, bulletin, nota, surat tugas dan lainnya yang sejenis.

5. *The Purpose* (Tujuan)

   Menurut Grace dalam Thoha (1977), ada 4 (empat) macam tujuan trsebut yaitu :

   a. Tujuan Fungsional (*The Functional Goals*) ialah tujuan yang secara pokok bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi/lembaga.
   b. Tujuan Manipulasi (*The Manipulative Goals*) tujuan ini dimaksudkan untuk menggerakkan orang-orang yang mau menerima ide-ide yang disampaikan baik sesuai atau pun tidak dengan nilai dan sikapnya sendiri.
   c. Tujuan Keindahan (*The Aesthetics Goals*) tujuan ini dimaksudkan untuk menciptakan tujuan-tujuan yang bersifat kreatif. Komunikasi ini dipergunakan untuk memungkinkan seseorang mampu mengungkapkan perasaan tadi dalam kenyataan.
   d. Tujuan Keyakinan (*The Confidence Goals*) tujuan ini bermaksud untuk meyakinkan atau mengembangkan keyakinan orang-orang pada lingkungan.

2.1.3 Unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul Dinamika Komunikasi, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen unsure yang dicakup, yang merupakan pernyataan terjadinya komunikasi. komponen atau unsur-unsur tersebut sebagai berikut :

1. Komunikator

   Orang yang menyampaikan pesan.

2. Pesan

   Pernyataan yang didukung oleh lambing.

3. Komunikan

   Orang yang menerima pesan.

4. Media

   Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

5. Efek

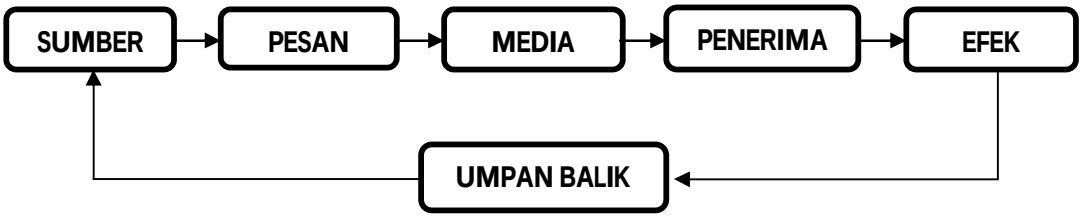
   Dampak atau hasil akhir sebagai pengaruh dari adanya pesan yang disampaikan.

Perkembangan terakhir mengenai unsure komunikasi adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnyadalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

Kalau unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan di atas dilukiskan dalam gambar, kaitan antara satu unsure dengan unsure lainnya dapat dilihat seperti berikut :

Gambar 2.1

Unsur Komunikasi



Sumber : Joseph de Vito (1997)

2.1.4 Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan dari beberapa definisi tentang komunikasi di atas, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah suatu proses. Artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara beriritan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
2. Komunikasi bersifat simbolis. Yaitu komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan menggunakan tanda-tanda atau lambang-lambang. Lambing yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah dengan bahasa verbal yaitu dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.
3. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
4. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat. Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topic pesan yang disampaikan.
5. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu. Dimana para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi

komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi.

6. Komunikasi bersifat transaksional. Pada dasarnya komunikasi menuntu dua tindakan, yaitu member dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porsional.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memebrikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. Misalnya supaya masyarakat ikut serta dalam pemilihan suatu pada pemilu.
2. Perubahan sikap. Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat berubah menjadi positif terhadap pola hidup sehat.
3. Perubahan pendapat. Memberikan berbagai infromasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya infromasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat

tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

2.1.6 Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komuniaksi dalam hidup manusia, maka Harold Lasswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain :

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya.
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada.
3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Onong Uchjana Effendi dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi mempunyai pendapat sebagai berikut :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat.

   Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat dikaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan *mass communication*.

2. Mendidik masyarakat.

   Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberiakan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat menambah kemajuan masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Sedangkan kegiatan mendidik masyarakat dalam arti sempit adalah memberikan berbagai informasi dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya. Tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan Komunikasi Interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orang tua dengan anak-anaknya.

3. Mempengaruhi masyarakat.

   Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya. Tetapi berdasarkan beberapa penelitian kegiatan mempengaruhi masyarakat akan lebih efektif dilakukan melalui Komunikasi Interpersonal.

4. Menghibur masyarakat.

   Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

2.1.7 Ruang Lingkup Komunikasi

Istilah komunikasi kian hari kian popular. Begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. ada komunikasi timbale balik, ada komunikasi tatap muka, ada komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertical, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah dan masih banyak lainnya.

Sebenarnya istilah-istilah seperti ini tidak perlu membingungkan kita. Apapun istilahnya, bila kita tetap berpijak pada objek formal ilmu komunikasi dan memahami ruang lingkupnya, semua istilahitu dapat diberi pengertian secara jelas dan dapat dibedakan menurut karakteristiknya masing-masing.

Dalam kehidupan kita sehari-sehari kita menemukan peristiwa komunikasi dimana-dimana. Dalam ruang lingkup yang lebih terinci, komuniasi yang menggambarkan bagaimana seseorang menyampaikan sesuatu melalui bahasa atau sombol-simbol tertentu kepada orang lain.

2.1.8 Konteks Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi suatu pengantar, komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam

suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas, konteks komunikasi di sini berarti semua faktor-faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang etrdiri dari :

1. Aspek bersifat Fisik, seperti : iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk penyampaian pesan.
2. Aspek Psikologis, seperti : sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek Sosial, seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek Waktu, seperti : yaitu kapan berkomunikasi.

   Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tungkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. sehingga dikenal adanya komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi diadik (*dyadic communication*), komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group comminication*), komunikasi public (public communication), komunikasi oraganisasi (*organization communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*), (Mulyana, 2002 :69-70).

2.2 Tinjauan Tentang Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani dengan asal suku kata *phainomenon* yang berarti “yang menampak”. Menurut The Oxford 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 classifies its 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. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, bagaimana penampakannya (Kuswarno, 2009:1).

Menurut Husserl, fenomenologi merupakan gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, untuk menjelaskan dan menganalisis tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika. Teori tentang makna (logika semantik) menjelaskan dan menganalisis isi objektif dari kesadaran, seperti ide, konsep, gambaran, dan proposisi (Kuswarno, 2009:6).

Keterlibatan subyek peneliti di lapangan dan penghayatan fenomena yang dialami menjadi salah satu ciri utama. Hal tersebut juga seperti dikatakan Moleong bahwa pendekatan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu (1988:7-8).

> "Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji" (Creswell, 1998:54).

Pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut *epoche*

(jangka waktu). Konsep *epoche* adalah membedakan wilayah data (subjek) dengan interpretasi peneliti. Konsep *epoche* menjadi pusat dimana peneliti menyusun dan mengelompokkan dugaan awal tentang fenomena untuk mengerti tentang apa yang dikatakan oleh responden. Ketika *epoche* adalah langkah awal untuk "memurnikan" objek dari pengalaman dan prasangka awal, maka tugas dari reduksi fenomenologi adalah menjelaskan dalam susunan bahasa bagaiman objek itu terlihat. Fokusnya terletak pada kualitas dari pengalaman, sedangkan tantangannya ada pada pemenuhan sifat-sifat alamiah dan makna dari pengalaman. Dalam reduksi fenomenologi kita kembali pada "diri" kita yang sebenarnya, memahami dari titik mana kita membuat makna secara sadar. Pada akhirnya akan membawa kita pada kualitas dari fenomena, memunculkan sifat alamiah dan makna yang ada padanya, dan menjadikannya pengetahuan.

Dengan demikian tahap-tahap yang terjadi dalam reduksi fenomenologi ini adalah sebagai berikut :

1. *Bracketing*, atau proses menempatkan fenomena dalam "keranjang" atau tanda kurung, dan memisahkan hal-hal yang dapat mengganggu untuk memunculkan kemurniannya.
2. *Horizonalizing*, atau membandingkan dengan persepsi orang lain mengenai fenomena yang diamati, sekaligus mngoreksi atau melengkapi proses bracketing.
3. *Horizon*, yakni proses menemukan esensi dari fenomena yang murni, atau sudah terlepas dari persepsi orang lain.

4. Mengelompokkan *horizon-horizon* ke dalam tema-tema tertentu, dan mengorganisasikannya ke dalam deskripsi tekstural dari fenomena yang relevan.

Fokus Penelitian Fenomenologi :

1. *Textural description*: apa yang dialami subjek penelitian tentang sebuah fenomena.
2. *Structural description*: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya.

Teknik Pengumpulan Data Fenomenologi :

1. Teknik “utama” pengumpulan data: wawancara mendalam dengan subjek penelitian.
2. Kelengkapan data dapat diperdalam dengan : observasi partisipan, penulusuran dokumen, dan lain-lain.

Orleans mencontohkan penelitian fenomenologi yang dilakukan oleh Peele tentang fenomena “alkoholisme sebagai suatu penyakit”. Dalam penelitiannya ini, Peele tidak berusaha mencari pendapat benar dan salah dari informan, melainkan berusaha untuk ‘mereduksi’ kesadaran informan dalam memahami fenomena tersebut. Proses ‘mereduksi’ kesadaran informan inilah yang oleh Hitztler dan Keller disebut “metode verstehen”. Metode ini membantu peneliti menggambarkans ecara rinci bagaimana kesadaran itu berjalan secara alamiah. Dengan demikin, peneliti harus masuk ke dalam pikiran informan (Kuswarno, 2009:47).

2.3 Tinjauan Tentang Interaksionisme Simbolik

Mead dianggap sebagai bapak interaksionisme simbolik, karena pemikirannya yang luar biasa. Dia mengatakan bahwa pikiran manusia mengartikan dan menafsirkan benda-benda dan peristiwa-peristiwa yang dialaminya, menerangkan asalmulanya dan meramalkannya. Bagi Mead tidak ada pikiran yang lepas bebas dari situasi sosial. Berpikir adalah hasil internalisasi proses interaksi dengan orang lain. Berlainan dengan reaksi binatang yang bersifat naluriah dan langsung, prilaku manusia diawali oleh proses pengertian dan penafsiran.

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek, dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka. (Mulyana, 2008:70)

Menurut teoritisi interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah “interaksi manusia dengan menggunakan symbol-simbol”. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan symbol-simbol yang menginterpretasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak

yang terlibat dalam interaksi sosial. Penganut interaksionisme simbolik berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia disekeliling mereka. Secara ringkas, interaksi simbolik didasarkan premis-premis berikut : pertama, individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik, (benda) dan objek social (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka menghadapi suatu situasi, respons mereka tidak bersifat mekanis, tidak pula ditentukan oleh factor-faktor eksternal, alih-alih respons mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi social.jadi, individulah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak. Akan tetapi nama atau symbol yang digunakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbitrer (sembarang). Artinya, apa saja dijadikan bisa symbol dan karena itu tidak ada hubungan logis. Melalui penggunaan symbol itulah manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang dunia. Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu , sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni

berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan. Dalam proses ini, individu mengantisipasi reaksi orang lain, mencari alternatif-alternatif ucapan atau tindakan yang akan ia lakukan. Individu membayangkan bagaimana orang lain akan merespons ucapan atau tindakan mereka. (Mulyana, 2008:71-73)

Konsep tentang "*self* " atau diri merupakan inti dari teori interaksi simbolik. Mead menganggap konsep diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain (D. Mulyana, 2001:73). Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku, Mead berpendapat bahwa manusia memiliki diri, mereka memiliki mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri. Mekanisme ini digunakan untuk menuntun perilaku dan sikap. Konsep diri berasal dari bahasa inggris yaitu *self concept* ; merupakan suatu konsep mengenai diri individu itu sendiri yang meliputi bagaimana seseorang memandang, memikirkan dan menilai dirinya sehingga tindakan-tindakannya sesuai dengan konsep tentang dirinya tersebut. Pandangan Mead tentang diri terletak terletak pada konsep "pengambilan peran orang lain" (*taking the role of the other*). Konsep Mead tentang diri merupakan penjabaran "diri sosial" (*social self*) yang dikemukakan William James dan pengembangan dari teori Cooley tentang diri. Cooley mendefinisikan diri sebagai sesuatu yang dirujuk dalam pembicaraan biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal, yaitu "aku", "daku" (*me*), "milikku (*mine*), dan "diriku" (*myself*). Ia mengatakan bahwa segala sesuatu yang dikaitkan dengan diri menciptakan emosi lebih kuat daripada yang tidak dikaitkan dengan diri, bahwa diri dapat dikenal hanya melalui perasaan

subjektif.(Mulyana, 2008:73-74) Bagi Mead dan pengikutnya, individu bersifat aktif, inovatif yang tidak saja tercipta secara social, namun juga menciptakan masyarakat baru yang perilakunya tidak dapat diramalkan.

Dalam membahas perilaku manusia, Mead menandai perilaku tersebut sebagai sosial dan berbeda dengan perilaku hewan pada umumnya yang ditandai dengan mekanisme stimulus-respons. Ia memandang tindakan manusia bukan saja meliputi tindakan terbuka, namun juga tindakan tertutup, jadi mengkonseptualisasikan kesadaran perilaku dalam pengertian yang lebih luas. Gagasan tentang "kesadaran" (*consciousness*) subjek yang sedang diteliti merupakan istilah kunci karena hal itu merupakan esensi diri. (Mulyana, 2008:75)

Argyle (Handry dan Heyes) berpendapat bahwa terbentuknya konsep diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Reaksi dari orang lain. Caranya dengan mengamati pencerminan perilaku seseorang terhadap respon orang lain, dapat dipengaruhi dari diri orang itu sendiri.
2. Perbandingan dengan orang lain. Konsep diri seseorang sangat tergantung pada cara orang tersebut membandingkan dirinya dengan orang lain.
3. Peranan seseorang. Setiap orang pasti memiliki citra dirinya masing-masing, sebab dari situlah orang tersebut memainkan peranannya.
4. Indentifikasi terhadap orang lain. Pada dasarnya seseorang selalu ingin memiliki beberapa sifat dari orang lain yang dikaguminya.

Isi konsep diri menurut pandangan Berzonsky (dalam Burns, 1993) terdiri atas :

1. Aspek fisik.

Meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya.

2. Aspek social.

   Meliputi bagaimana peranan sosial yang dimainkan oleh individu dan sejauhmana penilaian terhadap kerjanya.

3. Aspek moral.

   Meliputi nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang memberi arti dan arah bagi kehidupan seseorang.

4. Aspek psikis.

   Meliputi pikiran, perasaan dan sikap individu terhadap dirinya sendiri.

2.4 Tinjauan Tentang Konstrusksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*Social Construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut kedua ahli tersebut, teori ini dimaksudkan sebagai satu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan ("penalaran teoritis yang sistematis"), dan bukan sebagai suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Oleh karena itu, teori ini tidak memfokuskan pada hal-hal semacam tinjauan tokoh, pengaruh dan sejenisnya, tetapi lebih menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Realitas sosial menurut Berger adalah eksis dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subyeknya. Berger memiliki kecenderungan untuk mencoba menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif

fungsionalis), namun maknanya berasal dari, dan, oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionis simbolik), (Paloma, 2000:299).

Pandangan diatas sejalan dengan gagasan fenomenologi intersubyektif Schutz, karena mengisyaratkan adanya peran subyektif individu yang strategis dalam mengkonstruksi realitas. Posisi strategis individu seperti ini dipertegas kembali oleh Berger dan Luckmann dengan mengatakan bahwa individu merupakan produk dan sekaligus sebagai pencipta pranata social. Masyarakat diciptakan dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. (Paloma, 2000:308) Realitas sosial itu “ada” dilihat dari subjektivitas “ada” itu sendiri dan dunia objektif di sekeliling realitas social itu. Individu tidak hanya dilihat sebagai “kedirian”nya, namun juga dilihat dari mana “kedirian” itu berada, bagaimana dia menerima dan mengaktualisasikan dirinya, serta bagaimana pula lingkungan menerimanya (Bungin, 2008:82).