BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Manusia sebagai mahluk sosial sangat membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Saling ketergantungan ini dapat dijalin secara baik jika terjadi komunikasi yang baik. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain..

Selain itu dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi yang baik sangat penting untuk berinteraksi antar personal maupun antar masyarakat agar terjadi keserasian dan mencegah konflik dalam lingkungan masyarakat. Dalam hubungan bilateral antar negara diperlukan juga komunikasi yang baik agar hubungan tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Hal ini sesuai dengan pengertian dari komunikasi itu sendiri yaitu :

> "Istilah komunikasi berasal dari perkataan bahasa, Inggris "Communication" yang menurut Wilbur Schramm bersumber pada istilah latin "Communis" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama" dan menurut Sir Gerald Barry yaitu "Communicare" yang berarti berercakap-cakap". Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan "kesamaan, dalam hal ini kesamaan pengertian atau makna. (Effendy:2003).

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, hampir 90% dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar. Oleh karena itu sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. la ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa, komunikasi merupakan proses penyampaian simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal. Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduanya memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan.

Jika disimpulkan maka komunikasi adalah suatu proses, pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

2.1.2. Unsur-unsur komunikasi

Komunikasi akan terjadi bila telah memenuhi unsur-unsur yang terdapat didalamnya. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara:

1. Sumber

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

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau proganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message, content,* atau *information*

3. Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selman atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nirmassa. Nirmassa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.(Cangara, 2004:21-25). 38

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

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 educate)***

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. **Menghibur (to *entertain)***

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan informasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. Jadi dengan adanya komunikasi seseorang tidak hanya bisa mendapatkan suatu informasi untuk menambah pengetahuan seseorang tetapi komunikasi juga berfungsi untuk menghibur seseorang. Maka dari itu salah satu fungsi dari komunikasi adalah untuk menghibur

4. **Mempengaruhi (*to influence*)**

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.(Wendy, 1997 : 36).

Jadi dengan berkomunikasi maka komunikator dapat mempengaruhi komunikannya, maka dari itu komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi.

2.1.4 Pengertian Media Komunikasi

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, memproduksi mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Jenis media komunikasi berdasarkan fungsinya media komunikasi dibagi menjadi 3 yakni :

a) Fungsi Produksi, ialah media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi, contohnya adalah komputer pengolah kata *word processor;*
b) Fungsi Reproduksi, ialah media komunikasi yang kegunaannya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi, misalnya *audio tapes recorder* dan *videotapes.*
c) Fungsi penyampaian informasi, ialah media komunikasi dipergunakan untuk menyearluaskan dan menyampaikan pesankepada komunikan yang menjadi sasaran. Contoh : telepon, bulletin, faksimile dsb.

Berdasarkan bentuknya media komunikasi dibagi menjadi 3 yaitu :

a) Media Cetak, ialah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan, contohnya seperti surat kabar, leaflet, brosur, bulletin dan sebagainya.
b) *Media Visual* atau Media Pandang, artinya untuk menerima pesan yang disampaikan digunakan indera penglihatan, Misalnya film, televisi, lukisan, foto, pameran, dll

c) *Media Audio*, untuk menerima pesan yang disampaikan dengan menggunakan indera pendengaran, seperti radio, telepon, *tape recorder* dan sebagainya.

d) *Media Audio-Visual*, ialah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus ddengar. Jadi untuk dapat mengakses informasi yang disampaikan, digunakan indera penglihatan dan pendengaran sekaligus. Yang termasuk dalam jenis ini adalah tv dan film.

Berdasarkan jangkauan penyebaran informasi terbagi menjadi 2 yaitu media komunikasi external dan media komunikasi internal.

A. Media Komunikasi Eksternal

adalah media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak yang berada di luar perkantoran. Media komunikasi eksternal yang sering digunakan antara lain :

1. Media cetak ialah media komunikasi tercetak atau tertulis dimaksudkan untuk menjangkau public eksternal seperti pemegang saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja, dan sebagainya. Contohnya adalah majalah perusahaan, bulletin, brosur dan leaflet. Media eksternal cetak ini berfunghsi sebagai :- Media Penghubung;- Sarana menyampaikan keterangan-keterangan kepada kalayak- Media Pendidikan- Sarana membentuk opini publik- Sarana membangun citra.

2. Radio merupakan media audio yang mampu mengirimkan pesan berupa informasi lisan (suara) kepada khalayak. Beberapa perkatoran memilih memanfaatkan radio untuk menyampaikan informasi secara luas kepada khalayak sasaran. Penggunaan media radio oleh suatu perusahaan dapat dilakukan dengan mendirikan pemancar, mengisi acara pada stasiun radio, TV Kepentingan perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada *public* melalui televisi dapat ditempuh dengan memasang iklan, mengundang wartawan atau reporter televisi agar memuat berita tentang kegiatan perusahaan atau dapat pula mengajukan permohonan untuk mengisi acara.
3. Telepon Sebagai media komunikasi, telepon sangat penting untuk menyampaikan dan menerima informasi lisan secara cepat dengan pihak *public* eksternal.
4. Surat merupakan media penyampaian informasi secara tertulis, dapat berupa surat konvensional maupun surat elektronik. Surat menyurat merupakan salah satu kegiatan penting diperusahaan. Banyak informasi yang keluar masuk perusahaan melalui media surat, karena surat merupakan media komunikasi yang efektif apabila yang terkait tidak dapat berhubungan secara langsung atau lisan. Internet merupakan media komunikasi berbasis komputer teknlogi informasi. Internet banyak dipilih oleh perusahaan guna menjalin kemampulan dalam menjangkau khalayak. Keunggulan media komunikasi internet adalah :
    a) Mudah, cepat dan murah dengan jangkauan dunia
    b) Tidak ada birokrasi baik secara teknis maupun non teknis

c) Tersebar di berbagai pelosok kota

B. Media Komunikasi Internal

adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi di kalangan publik internal perusahaan, dan biasanya bersifat non komersial. Penerima maupun pengirim informasi adalah orang dalam atau orang dalam tau public internal, terdiri atas pimpinan, angota, pegawai, maupun unit-unit kertja yang ada di dalam perusahaan tersebut, Jenis media yang dipergunakan secara internal ini antara lain :

a. Telepon
b. Surat
c. Papan pengumuman
d. *House Journal* Bentuknya dapat berupa majalah bulanan, *profil* perusahaan, *prospectus*, *bulletin* dan *tabloid.*
e. Printed material Media komunikasi dan publikasi berupa barang-barang cetakan seperti *booklet, pamlet*, kop surat, *logo*, kartu nama dan *memo.*
f. Media pertemuan dan pembicaraan

2.1.5 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung 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 mencapai 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.

2.2 Tinjauan tentang Komunikasi AntarPribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*) bisa juga melalui sebuah medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi antarpribadi ini adalah sifatnya yang dua arah atau timbal balik. (Effendy, 1986:50) adapun pengertian komunikasi antarpribadi yang diungkapkan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* bahwa "komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (1984:4)

Menurut Vandeber, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan atau perasaan. (Lliliweri, 1984:9) Effendy mengemukakan juga bahwa "pada hakikatnya

komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar seorang komunikator dengan komunikan". (Liliweri, 1997:12)

Pada dasarnya komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan dengan cara mengirimkan pesan dan prosesnya yang dialogis.

> Seperti yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa "dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya adalah karena komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Antara komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, umpan balik berlangsung seketika dan komunikator mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan". (1993:61)

2.2.1 Faktor-faktor Pembentuk Komunikasi Antarpribadi

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya

jenis komunikasi antarpribadi yang sifatnya langsung dan tatap muka antar pihak yang melaksanakan kegiatan komunikasi tersebut.

Cassagrande berpendapat, manusia berkomunikasi karena:

a. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kebahagiaan.
b. Dia ingin terlibat dalam proses perubahan.
c. Dia ingin berinteraksi hari ini dan memahami pengalaman mas alalu, dan mengantisipasi masa depan.
d. Dia ingin menciptakan hubungan baru. (Liliweri, 197:45)

Setiap orang selalu berusaha untuk melengkapi kekurangan atas perbedaan-perbedaan yang dia miliki. Perubahan tersebbut terus berlangsung seiring dengan perubahan masyarakat. Manusia mencatat berbagai pengalaman relasi dengan orang lain di masa lalu, memperkirakan apakah komunikasi yang dia lakukan masih relevan untuk memenuhi kebutuhan di masa datang. Jadi, minat komunikasi antarpribadi didorong oleh pemenuhan kebutuhan yang belum atau bahkan tidak dimiliki oleh manusia. Setiap manusia mempunyai motif yang mendorong dia untuk berusaha memenuhi kebutuhannya.

2.2.2 Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi

Seperti komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadipun mempunyai jenis-jenisnya yang berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain. Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa "Secara teoritis komunikasi antarpribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yakni:

1. Komunikasi Diadik *(Dyadic Communication)*

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan itu.

2. Komunikasi Triadik *(Triadic Communication)* adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karena komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan, sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua factor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (1993:62)

Adapun ciri-ciri komunikasi anatrpribadi menurut Alo Liliweri yaitu:

1. Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
3. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja.
4. Kerapkali berbalas-balasan.
5. Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan.
6. Harus membuahkan hasil.
7. Menggunakan lambing-lambang yang bermakna.

2.2.3 Fungsi-fungsi Komunikasi Antarpribadi

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi menurut Allo Liliweri terdiri atas:

a. Fungsi sosial

   Komunikasi antar pribadi secara otomatis mempunyai fungsi social, karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks social yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Dalam keadaan demikian, maka fungsi social komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

   1. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan biologis dan psikologis
   2. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.

3. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
4. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
5. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

b. Fungsi pengambilan keputusan

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa manusia adalah makhluk yang dikaruniai akal sebagai sarana berpikir yang tidak dimiliki oleh semua makhluk di muka bumi. Karenanya ia mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan dalam setiap hal yang harus dilaluinya. Pengambilan keputusan meliputi penggunaan informasi dan pengaruh yang kuat dari orang lain. Ada dua aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:

1. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi
2. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain

2.3 Tinjauan tentang Konsep Diri

2.3.1 Pengertian Konsep Diri

Diri menjadi suatu konsep yang dikembangkan oleh pemikiran refleksif dari bahan-bahan yang diamati yang masih mentah. Disekitar bahan-bahan yang diamati dan konsep-konsep berkumpullah sikap-sikap evaluative dan bersifat mempengaruhi sehingga masing-masing menjadi baik ataupun buruk. Bahan-bahan evaluative ini diinternalisasikan dari budaya yang lain-lainnya, begitu juga

dari diri. Hal yang paling penting dalam menafsirkan kepribadian seseorang adalah melalui konsep diri yang dimiliki oleh individu tersebut. Konsep diri merupakan peranan utama sebagai faktor di dalam integrasi kepribadian, dalam memotivasi tingkah laku dan mencapai kesehatan mental. Konsep diri dapat menentukan bagaimana individu bertingkah laku dalam segala situasi. Pemeham mengenai konsep diri dapat memudahkan untuk memahami tingkah laku individu.

2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri

1. **Orang Lain**

   Gabriel Marcell, filsuf eksistensialis dari dalam buku Drs. Jalaludin Rakhmat yang berjudul psikologi komunikasi menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita, *The fact is that the we can understand ourselve by starting from the other, or from others, and only by starting from them* kita mengenal diri kita dengan mengenal diri orang lain terlebih dahulu. Bagaimana anda menilai saya akan membentuk konsep diri saya. (Rakhmat, 2009: 101)

   George Herbert Mead (1934) menyebut orang lain yang paling berpengaruh Significant Others – orang lain yang sangat penting. Mereka adalah orang tua, saudara – saudara dan orang – orang yang tinggal dirumah dengan kita. Richard Dewey dan W.J. Humber (1966:105) menamainya *affective others* - orang lain yang dengan mereka kita memiliki ikatan emosional. Dari merakalah pelan-pelan membentuk konsep diri. Ketika kita tumbuh dewasa, kita mencoba menghimpun penilaian semua orang yang pernah berhubungan dengan kita. Kita menilai diri kita sesuai dengan persepsi

orang lain – yang *Significant* dan tidak – tentang dirinya. Pandangan diri terhadap keseluruhan pandangan orang lain terhadap diri disebut *Generaized Others* . konsep ini juga berasal dari George Herbert Mead. Mencoba menempaatkan diri kita sebagai orang lain. Mengambil peran sebagai ibu , sebagai ayah atau sebagai *Generalized others* disebut *Role taking*. *Role taking* amat penting artinya dalam pembentukan konsep diri.

2. Kelompok Rujukan (*Reference Groups*)

Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu. Ada kelompok yang secara emosional mengikat kita dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri seseorang,ini disebut dengan kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.

2.3.3 Pengaruh Konsep Diri Pada Komunikasi Interpesona

a. Nubuat yang dipenuhi sendiri

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal, kecenderungan untuk bertingkah laku sesuai dengan konsep diri sebagai nubuat yang dipenuhi sendiri. Bila anda berfikir anda orang bodoh, anda akan benar – benar menjadi orang bodoh. Jika anda meresa memiliki kemampuan mengatasi persoalan, maka persoalan apa pun yang anda hadapi pada akhir dapat anda atasi. Hubungan konsep diri dengan perilaku, mungkin dapat disimpulkan dengan ucapan para penganjur berfikir positif : *You don't think what you are, you are what you think.* Sukses

komunikasi interpersonal banyak bergantung pada kualitas konsep diri anda; positif atau negative.

Menurut Willian D. Brooks dan Philip Emmert (1976"42 – 43) ada lima tanda orang memiliki konsep diri negatif

a. Ia peka terhadap kritik. Orang ini sangat tidak terima dengan kritikan yang diterimanya.
b. Responsitif sekali terhadap pujian. Berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan atusiasmenya pada waktu menerima pujian.
c. Cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain.
d. Sikap hiperkritis (selalu mengeluh, mencela atau meremehkan apa pun dan siapa pun, tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain
e. Bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi (Rakhmat, 2009: 105)

Orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal yaitu:

1. Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah
2. Ia merasa setara dengan orang lain.
3. Ia menerima pujian tanpa rasa malu.
4. Ia menyadari, bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat.

5. Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenangi dan berusaha sebaliknya (Rakhmat, 2009: 105)

Komunikasi yang berkonsep diri positif adalah orang yang menurut istilah Sidney M. Jourard – ” tembus pandang “ (transparent), terbuka kepada orang lain. (Jourard, 1971).

b. Membuka Diri

Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi lebih dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman pengalaman dan gagasan gagasan baru, lebih cenderung menghindari sikap defensif dan cermat memandang diri kita dan orang lain.

c. Percaya Diri (*Self Confidence*)

Orang yang kurang percaya diri akan cenderung sedapat mungkin menghindari situasi komunikasi. Ia takut orang lain akan mengejeknya atau menyalahkannya. Dalam diskusi, ia akan lebih banyak diam. Dalam pidato, ia berbicara terpatah – patah.Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai Communication Apprehension. Orang yang apprehensive dalam komunikasi, akan menarik diri dalam pergaulan, berusaha sekecil mungkin berkomunikasi, dan hanya akan berbicara apabila terdesak saja. Sebuah penelitian di Amerika menyatakan bahwa 10 sampai 20 persen

mahasiswa Amerika menderita aprehensi komunikasi (Hunt, Scott, McCroskey, 1978:148). Orang – orang yang aprehensif dalam komunikasi, cenderung dianggap tidak menarik perhatian orang lain, kurang kredibel,dan sangat jarang menduduki jabatan tinggi. Percaya diri adalah factor yang paling menentukan kualitas komunikasi. Kita dapat menggunakan nasihat tokoh Psikosibernetik yang popular, Maxwell Maltz "Believe in yourself ang you 'll succeed . untuk meningkatkan percaya diri menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu. (Maltz, 1970:55).

d. Selektivitas

Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa anda bersedia membuka diri, bagaimana kita mempersepsi pesan itu, dan apa yang kita ingat," tulis Anita Taylor et al. (1977:112) dengan singkat, konsep diri menyebabkan terpaan selektif (selective exposure) persepsi selektif (selective perception) dan ingatan selektif (selective attention).Tambahan, Penyandian selektif (selective encoding). Adalah proses penyusunan lambing – lambang sebagai terjemahan dari apa yang ada dalam diri kita. Jika kita seorang bangsawan kita akan memilih kata – kata tertentu dan menghindari kata – kata yang lain. Kita menggunakan bahasa tubuh sesuai dengan martabat kita sebagai bangsawan. Masing –masing kita menyusun pesan sesuai dengan konsep diri kita.[1]

[1] http://aryosc.blog.friendster.com/2008/11/pengaruh-konsep-diri-pada-komunikasi-interpersonal/ Pada Jumat 20-05-2011 Pukul 16:50 PM

2.3.4 Dimensi Konsep Diri

Konsep diri merupakan gambaran mental yang dimiliki oleh individu. Menurut Calhoun dan Acocella (1990), gambaran mental yang dimiliki individu memiliki tiga dimensi yaitu pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan tentang diri sendiri dan penilaian tentang diri sendiri.

a. Pengetahuan

   Dimensi pertama dari konsep diri adalah pengetahuan. Pengetahuan berkaitan dengan apa yang kita ketahui tentang diri kita, termasuk dalam hal ini jenis kelamin, suku bangsa, pekerjaan, usia dan sebagainya. Pengetahuan ini diperoleh individu dengan cara membandingkan dirinya dengan kelompok pembandingnya. Pengetahuan ini bisa dirubah dengan cara merubah tingkah laku individu tersebut atau dengan cara mengubah kelompok pembandingnya.

b. Pengharapan

   Dimensi kedua dari konsep diri adalah pengharapan berkaitan dengan kemungkinan menjadi apa kita di masa mendatang dan sering disebut sebagai diri ideal (*ideal self*). Setiap indivisu memiliki harapan yang berbeda-beda bagi dirinya sendiri. Harapan dapat membangkitkan kekuatan yang akan mendorong seseorang untuk mencapai harapan tersebut dimasa depan.

c. Penilaian

   Dimensi terakhir dari konsep diri adalah penilaian. Penilaian menyangkut unsure evaluasia, seberapa besar kita menyukai diri kita sendiri. Semakin

bsar ketidak sesuaian antara gambaran kita tentang diri kita yang ideal (*ideal self*) dan yang actual maka akan semakin terendah harga diri kta. Sebaliknya orang yang memiliki harga diri yang tinggi akn menyukai siapa dirinu dan apa yang dikerjakannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dimensi penilaian mrupakan komponen pembentuk konsep diri yang cukup signifikan. kesenjangan antara diri kita yang aktual dan diri kita yang ideal akan menimbulkan depresi, sementara bila kesenjangan antara diri kita yang aktual dengan diri kita yang ideal semakin kecil maka kita akan memperoleh kepuasan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri yang dimiliki setiap individu terdiri dari 3 dimensi, yaitu pengetahuan mengenai diri sendiri, penilaian mengenai diri sendiri, dan harapan mengenai diri sendiri. Pengetahuan adalah apa yang diketahui individu tentang dirinya sendiri yang diperoleh dengan cara membandingkan dirinya dengan kelompok pembanding. Pengharapan adalah apa yang diinginkan individu dimasa yang akan datang Penilaian adalah pengukuran yang dilakukan individu terhadap dirinya saat ini dengan apa yang menurutnya dapat terjadi dan bagaimana perasaaan individu terhadap dirinya sendiri.[2]

[2] http://www.a741k.web44.net/KENALI%20KONSEP.htm Pada hari Minggu 22-05-2011 Pukul 13:20 PM

2.4 Tinjauan tentang Komunikasi keluarga

2.4.1 Definisi Keluarga

Keluarga mempunyai peranan yang sangat penting dalam upaya mengembangkan kepribadian anak. Perawatan orang tua yang penuh kasih sayang dan pendidikan tentang nilai-nilai kehidupan, baik agama maupun sosial budaya yang diberikan keluarga merupakan faktor yang sangat penting dan berguna untuk mempersiapkan anak menjadi pribadi dan anggota masyarakat yang sehat.

Keluarga adalah sebuah institusi yang terbentuk karena ikatan perkawinan. Didalamnya hidup bersama pasangan suami-istri secara sah karena pernikahan. Mereka hidup bersama sehidup semati, ringan sama dijinjing, berat sama dipikul, selalu rukun dan damai dengan suatu tekad dan cita-cita untuk membentuk keluarga bahagia dan sejahtera lahir batin. Pengertian keluarga dapat ditinjau dari dimensi hubungan darah dan hubungan sosial. Keluarga dalam dimensi hubungan darah merupakan suatu kesatuan yang diikat oleh hubungan darah antara satu dengan yang lainnya. Berdasarkan dimensi hubungan darah ini, keluarga dapat dibedakan menjadi keluarga besar dan keluarga inti. Keluarga adalah kelompok primer yang paling penting dalam masyarakat. Sedangkan dalam dimensi hubungan social, keluarga merupakan suatu kesatuan yang diikta oleh adanya saling berhubungan atau interaksi dan saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya, walaupun di antara mereka

tidak terdapat hubungan darah. (Djamarah, 2004:16) Tinggal di tengah-tengah lingkungan keluarga yang kondusif merupakan hak anak yang wajib dipenuhi orangtua. Keharmonisan keluarga menimbulkan dampak besar terhadap perkembangan kepribadian anak. Kenyamanan dan kehangatan yang dirasakan anak di tengah-tengah keluarganya akan membentuk sikap-sikap positif pada diri anak. Begitu pula cinta tulus dan kasih sayang yang ditunjukkan orangtua dan anggota keluarga lain akan meyakinkan anak bahwa ia dianggap penting dan akan memotivasinya untuk berbuat yang terbaik bagi keluarga dan lingkungan sekitarnya.Menurut Stinnet & DeFrain, seperti dikutip Savitri Ramadhani dalam bukunya *Building Positive Communication*, bahwa keluarga harmonis mempunyai karakteristik tertentu, yaitu kehidupan beragama yang baik di dalam keluarga, mempunyai waktu bersama antara sesama anggota keluarga, mempunyai komunikasi yang baik antar anggota keluarga, saling menghargai antara sesama anggota keluarga, masing-masing anggota keluarga merasa terikat dalam ikatan keluarga sebagai suatu ikatan kelompok dan ikatan kelompok ini bersifat erat dan kohesif, bila terjadi permasalahan dalam keluarga, maka masalah tersebut dapat diselesaikan secara positif dan konstruktif. (2006:23)

2.4.2 Orang Tua dan Anak dalam Keluarga

Orang tua dan anak adalah satu ikatan dalam jiwa. Dalam keterpisahan raga, jiwa mereka bersatu dalam ikatan keabadian. Tidak seorangpun dapat mencerai-beraikannya. Ikatan itu dalam bentuk hubungan emosional antara anak dan orang tua yang tercermin dalam perilaku. Meskipun suatu saat misalnya, ayah dan ibu mereka sudah bercerai karena suatu sebab, tetapi hubungan emosional antara orang tua dan anak tidak pernah terputus. (Djamarah, 2004:27)

Ahli terapi Virginia Satir membedakan sistem keluarga tertutup dan sistem keluarga terbuka. Dalam sistem keluarga tertutup, bagian-bagian secara kaku dihubungkan atau diputuskan sekaligus, sehingga komunikasi tidak langsung, tidak jelas, tidak spesifik, tidak sebangun, dan mengganggu pertumbuhan karena tidak menyesuaikan dengan kebutuhan. Sedangkan pada keluarga dengan sistem terbuka adalah sistem dimana bagian-bagian saling berhubungan, responsif dan sensitif terhadap satu sama lain, sehingga komunikasinya langsung, spesifik, sebangun, dan mendorong pertumbuhan karena aturan-aturan terbuka dan berubah dengan menyesuaikan pada kebutuhan. (Tubbs dan Moss, 1996:216) Jadi pola yang diberlakukan dalam sebuah keluarga mempengaruhi bagaimana kemudian sistem komunikasi keluarga tersebut berjalan, antara orang tua dan anaknya. Sejak kecil anak sudah mendapat pendidikan dari kedua orang tuanya melalui keteladanan dan kebiasaan hidup sehari-hari dalam keluarga. Baik tidaknya keteladanan yang diberikan dan bagaimana

kebiasaan hidup orang tua sehari-hari dalam keluarga akan mempengaruhi perkembangan jiwa anka. Keteladanan dan kebiasaan yang orang tua tampilkan dalam bersikap dan berperilaku tidak terlepas dari pengamatan anak. (Djamarah, 2004:25)

> "Di dalam keluarga yang sehat, anggota-anggota tidak mengambil sikap-sikap yang berlawanan; mereka tidak saling menyalahkan; mereka tidak pula sibuk dengan diri mereka masing-masing. Mereka cenderung menyukai humor. Dan batasan-batasan keluarga cenderung konvensional". (Tubbs dan Moss, 1996:218)

Faktor keluarga sangat berpengaruh terhadap timbulnya kenakalan remaja. Kurangnya dukungan keluarga seperti kurangnya perhatian orangtua terhadap aktivitas anak, kurangnya penerapan disiplin yang efektif, kurangnya kasih sayang orangtua dapat menjadi pemicu timbulnya kenakalan remaja. Penelitian yang dilakukan oleh Gerald Patterson dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa pengawasan orangtua yang tidak memadai terhadap keberadaan remaja dan penerapan disiplin yang tidak efektif dan tidak sesuai merupakan faktor keluarga yang penting dalam menentukan munculnya kenakalan remaja. Perselisihan dalam keluarga atau stress yang dialami keluarga juga berhubungan dengan kenakalan.

Faktor genetik juga termasuk pemicu timbulnya kenakalan remaja, meskipun persentasenya tidak begitu besar.[3]

Namun dengan dilandasi oleh suatu hubungan orang tua dan anak dengan rasa kasih dan sayang serta keterbukaan komunikasi, kenakalan remaja atau kecenderungan negatif yang dilakukan oleh anak akan dapat dicegah. Jika diantara kedua belah pihak mau berusaha saling mendengarkan, menerima, dan mendukung maka komunikasi dalam keluarga tersebut akan efektif dan berpeluang untuk menghasilkan sebuah generasi yang baik.

2.5 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

[3] http://pamungkas26wise.net23.net/Perubahan_sosial_yang_terjadi_pada_remaja_saat_ini.html Pada hari Rabu 01-06-2011 Pukul 17:10 PM

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 :

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

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

Fokus Penelitian Fenomenologi :

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

Teknik Pengumpulan Data Fenomenologi :

a. Teknik "utama" pengumpulan data: wawancara mendalam dengan subjek penelitian.
b. 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)