BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Komunikasi Sebagai Ilmu

Komunikasi merupakan satu dari disiplin-disiplin yang paling tua tetapi yang paling baru. Orang Yunani kuno melihat teori dan praktek komunikasi sebagai sesuatu yang kritis. Popularitas komunikasi merupakan suatu berkah (*a mixed blessing*).Teori-teori resistant untuk berubah bahkan dalam berhadapan dengan temuan-temuan yang kontradiktif. Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio,* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksud adalah sama makna. Jadi kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi terjadi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan, jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya mengerti makna dari bahan yang dipercakapan.

Oleh sebab itu di Amerika Serikat muncul *Communication sciene* atau kadang-kadang dinamakan juga *commnicology* – ilmu yang mempelajari gejala-gejala sosial. Kebutuhan orang-orang Amerika akan *sciene of communication* tampak sudah sejak tahun 1940-an. pada waktu seorang sarjana bernama Carl I.

Hovland menampilkan definisinya mengenai ilmu komunikasi. Hovland mendefinisikan science of communication sebagai: *"a systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitudes are formed".* (Effendy, 2009: 4)

Tahun 1967 Keith Brooks menerbitkan buku *The Communicative Arts and Science of Speech* yang mengetengahkan pembahasan communicology secara luas. Dari pendapat Brooks *communicology* atau ilmu komunikasi merupakan integrasi prinsip-prinsip komunikasi yang diketengahkan para cendekiawan berbagai disiplin akademik. *Communicology* juga merupakan program yang luas mencakup kepentingan-kepentingan atau teknik-teknik setiap disiplin akademik. Menurut Joseph A. Devito *communicology* adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Istilah komunikasi digunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda yaitu proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan dan studi mengenai proses komunikasi. Komunikasi didefinisikan oleh Devito sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik.

Department of Communication university of Hawaii dalam penerbitan yang dikeluarkan secara khusus menyatakan komunikasi sebagai ilmu sosial. Dan ditegaskan bahwa bidang studi ilmu sosial mencakup tiga kriteria yaitu bidang studi didasarkan atas teori, analisis kuantitatif atau empiris dan mempunyai tradisi yang diakui. Dalam penerbitannya *department of*

communication university of Hawaii juga memberikan contoh-contoh untuk membuktikan komunikasi sebagai ilmu sosial.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi (*communication*) dalam bukunya Deddy Mulyana yaitu *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* berasal dari kata: *common*, yang berarti "sama", dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya/atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain. Adapun pendapat para ahli tentang pengertian Komunikasi sebagai berikut.

Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya

Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

Everett M. Rogers

Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Gerald R. Miller

komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima

Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons/ makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

Harold Lasswell

menjelaskan bahwa "(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi, terdiri atas dua tahap. meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy dalam Mondry, 2008: 3).

1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial *(gesture),* gambar, warna, dan sebagainya. Syaratnya secara langsung dapat "menterjemahkan" pikiran atau perasan komunikator kepada komunikan.

   Bahasa merupakan sarana yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik yang berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal itu bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang

terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainya hanya dapat mengkomunikasikan hal–hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain–lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat dan warna) tersebut sangat terbatas kemampuanya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak. Sarana yang sering dikemukakan untuk komunikasi sekunder sebagai media kedua tersebut, antara lain surat, telepon, faksimili, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain–lain.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

a. *Sender:* Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
h. *Feedback*: Umpan Balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya

2.1.4 Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

1. Fungsi Komunikasi Sosial

komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapakan kata2 dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi

2.1.5 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menayatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

a. *To secure understanding,*
b. *To establish acceptance,*
c. *To motivate action.*

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mnegerti dan

menerima, maka penerimanya itu harus dibina *(to establish acceptance).* Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan *(To motivate action)*

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007:4)

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2007:5)

2.1.6 Jenis Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok.

Jenis komunikasi terdiri dari:

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal ialah simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih dengan menggunakan usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dalam menggunakan bahasa yang dapat di mengerti karena bahasa merupakan sebagai suatu sistem kode verbal

Menurut Larry L. Barker, bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming atau labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

a. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.

b. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

c. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

2. Komunikasi non verbal

Bahasa non verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan

anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau *body language*. Selain itu juga, penggunaan bahasa non verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Menurut Drs. Agus M. Hardjana, M.Sc., Ed. menyatakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal, tanpa kata-kata".

Sedangkan menurut Atep Adya Barata mengemukakan bahwa: "Komunikasi non verbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*), komunikasi dengan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

a. Bentuk Komunikasi Non Verbal

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal terdiri dari tujuh macam yaitu:

a. Komunikasi visual
b. Komunikasi sentuhan
c. Komunikasi gerakan tubuh
d. Komunikasi lingkungan
e. Komunikasi penciuman
f. Komunikasi penampilan
g. Komunikasi citrasa

2.1.7 Bentuk Komunikasi

Di bawah ini dijelaskan Bentuk-bentuk komunikasi yang meliputi:

1. Komunikasi Persona *(Personal Communication)*

a) Komunikasi intrapersona *(intrapersonal communication)*

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Karena sebelum dengan komunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri.

b) Komunikasi Antarpersona *(antrapersonal communication)*

Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi anatar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pertnyaan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal. Bentuk komunikasi antarpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang saja.

2. Komunikasi Kelompok *(group communication)*

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan c.

kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak. Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.(Rakhmat, 2008:147-148)

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a. melaksanakan tugas kelompok, dan b. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.(Rahkmat, 2008:149)

Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. ukuran kelompok.
2. jaringan komunikasi.
3. kohesi kelompok.
4. kepemimpinan

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya mesin cetak yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Sejarah publisistik dimulai satu setengah abad setelah ditemukan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg. Sejak itu dimulai suatu zaman yang dikenal dengan zaman publisistik atau awal dari era komunikasi massa. Sebaliknya, zaman sebelumnya dikenal sebagai zaman pra-publisistik (Briggs & Burke, 2006 : 56).

Dalam buku *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Richard West dan Lynn Turner mengatakan bahwa sebelum memasuki definisi komunikasi massa, maka penting untuk memahami terlebih dahulu media massa. Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. Media massa dapat berupa surat kabar, video, CD-ROM, komputer, TV, radio, dan sebagainya. Sedangkan media massa menurut Defleur dan Dennis mengharuskan adanya komunikator profesional, yang secara definitif berarti komunikator yang terlembagakan, bukan individu, atau

setidaknya merupakan bagian dari lembaga atau organisasi yang kompleks.[1] Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi itu. Jadi, komunikasi massa didefinisikan sebagai komunikasi kepada khalayak dalam jumlah besar melalui banyak saluran komunikasi. Oleh karenanya, konteks komunikasi massa mencakup baik saluran maupun khalayak (West & Turner, 2007 : 41).

Konteks komunikasi massa, pertama, memberikan kemampuan baik pada pengirim maupun pada penerima untuk menerima kontrol. Sumber-sumber seperti editor surat kabar atau penyiar televisi membuat keputusan mengenai informasi apa yang akan dikirim, sedangkan penerima memiliki kendali terhadap apa yang dibaca, didengar, ditonton dan dibahas. Kedua, konteks komunikasi massa berbeda dengan konteks lain karena komunikasi yang terjadi biasanya lebih terkendali dan terbatas. Artinya, komunikasi dipengaruhi oleh biaya, politik, dan oleh kepentingan-kepentingan lain. Pembuat keputusan biasanya akan menggunakan batas untung-rugi untuk menentukan apakah pesan-pesan tertentu akan tetap disampaikan atau tidak (West & Turner, 2007 : 42).

Dalam buku *Psikologi Komunikasi* karya Jalaluddin Rakhmat, definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Ahli komunikasi yang lain mendefinisikan

[1] Setyowati, Yuli. 2006. *Komunikasi Massa*. Melalui http://blog.unila.ac.id/sitinuraini/files/2009/10/komunikasi-massa.pdf. [23/01/10]

komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa. Gerber mendefinisikan komunikasi sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dalam buku tersebut, kemudian dirangkum bahwa komunikasi massa didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2008 : 188 – 189).

Sedangkan menurut Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam buku *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan dalam Media Massa*, komunikasi massa didefinisikan dalam tiga ciri (Severin & Tankard, 2008 : 4):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Sementara menurut Dennis McQuail dalam bukunya, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, karakteristik media massa mempunyai lima ciri, yakni (McQuail, 1987):

1. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.

4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Sedangkan dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Elvinaro dkk, 2007), disebutkan ciri-ciri media massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan
   Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, lembaga sendiri didefinisikan sebagai pola perilaku manusia yg mapan, terdiri atas interaksi sosial berstruktur dl suatu kerangka nilai yg relevan.
2. Pesan bersifat umum
   Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.
3. Komunikannya anonim dan heterogen
   Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka.
4. Media massa menimbulkan keserempakan
   Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapaiknya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang besamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
   Dalam komunikasi antarpersona yang diutamakan adalah hubungan. Semakin saling mengenal antarpelaku komunikasi, komunikasinya semakin aktif. Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.
6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantaranya keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya dalam komunikasi antarpersona.

7. Stimulasi alat indra terbatas
   Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.
8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)
   Umpan balik sebagai respons mempunyai volume tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Sedangkan dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung dan tertunda.

Namun menurut McManus, komunikasi massa termasuk bentuk komunikasi yang sulit didefinisikan karena perubahan bentuk media yang sangat dinamis. Sehingga mereka mengemukakan beberapa ciri lingkungan media baru yang punya kaitan dalam dinamisasi definisi komunikasi massa (Severin & Tankard, 2008 : 4):

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung.
2. Ada pergeseran dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
3. Ada pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.
4. Ada pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

2.2.1. Internet

Internet pada dasarnya merupakan sebuah jaringan antar-komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk *e-mail*, transmisi data, dan komunikasi dua arah antar-individu atau komputer (Briggs & Burke, 2006 : 376).

Pada Februari 1958, Amerika Serikat mendirikan Advanced Research Projects Agency (ARPA) sebagai respon atas meluncurnya Sputnik oleh Uni Soviet setahun sebelumnya (Briggs & Burke, 2006 : 377). Internet merupakan kependekan dari *interconnected networking*. Keterhubungan jaringan dalam internet dimungkinkan oleh teknologi yang bernama Internet Protocol Suite atau biasa dikenal dengan TCP/IP. TCP/IP merupakan jaringan raksasa yang memuat jaringan privat, public, bisnis, organisasi, atau pemerintahan, yang keseluruhannya terhubungkan lagi oleh teknologi seperti kawat tembaga, serat optik, dan koneksi nirkabel. Fungsi internet paling mendasar adalah saling memberikan transaksi informasi yang termuat dalam dokumen *hyperlink* dari World Wide Web (WWW). WWW ini memungkinkan pengguna internet untuk melihat halaman yang memuat berbagai informasi dalam bentuk teks, audio, maupun video. Pada awalnya, identitas halaman atau dokumen tersebut ditampilkan dalam bentuk angka-angka. Namun untuk kemudahan, WWW menyediakan nama domain, yakni identitas untuk sebuah dokumen atau rangkaian halaman dengan menggunakan alfabet. Nama domain ditandai oleh nama halaman dan diakhiri oleh kode seperti GOV, EDU, COM, MIL, ORG, NET, dan INT. Identitas yang telah dirangkaikan dengan WWW dan nama domain, dikenal dengan nama situs.[2]

Meski ARPANET awalnya bergerak untuk kepentingan Departemen Pertahanan Amerika Serikat (AS), namun inovasinya akhirnya berkembang

[2]Lee-Berners T. *World Wide Web: Proposal for a HyperText Project*. Melalui http://www.w3.org/Proposal.html. [21/09/09]

hingga keluar wilayah militer. Dalam tradisi AS, setiap teknologi baru diperkenalkan pada mulanya di lingkungan akademik kampus. Demikian halnya dengan internet, yang memulai publikasinya setelah empat puluh tahun berada dalam lingkungan internal ARPANET. Tepatnya pada pertengahan tahun 1990, internet mulai diujicobakan di kampus-kampus di AS. Akibatnya responnya yang cukup baik, komunitas internet segera bermunculan dari kampus-kampus tersebut, seperti Cleveland Free Net, Blacksburg Electronic Village, dan NSTN (Briggs & Burke, 2006 : 380).

Internet telah berkembang secara fenomenal, baik dari segi jumlah *host computer* maupun dari segi jumlah penggunanya, selama beberapa tahun terakhir. Salah satu pengukuran terbaik mengenai besarnya internet ini adalah jumlah *host computer*. *Host computer* adalah sebuah komputer yang menyimpan informasi yang dapat diakses melalui jaringan. Dari tahun 1995-1999, jumlah host computer meningkat mulai 5,9 juta menjadi 43,2 juta (Severin & Tankard, 2008 : 443).

Pelacakan jumlah pengguna internet cukup sulit dilakukan. Masing-masing perusahaan memakai metode berbeda dan memberikan hasil yang berbeda pula. Satu sumber industri melaporkan bahwa terdapat 83 juta pengguna Web di Amerika Serikat pada tahun 1999, naik 26% dari tahun sebelumnya. Penelitian lain menemukan bahwa lebih dari 79,4 juta orang dewasa, atau 38% populasi AS yang berusia 16 tahun ke atas, adalah pengguna internet pada bulan Maret 1999 (Severin & Tankard, 2008 : 434 – 433).

Internet menjadi sebuah medium berita baru pada bulan Januari tahun 1998 saat Matt Drudge menggunakan *website* untuk mengumumkan bahwa "Newsweek" telah menyembunyikan berita tentang keterlibatan Presiden Clinton dengan Monica Lewinsky di Gedung Putih. Tonggak penting lain bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi terjadi pada 11 September 1998, ketika *Start Report* muncul di internet. Itulah saat pengaksesan tertinggi yang pernah terjadi melalui internet

2.3 Tinjauan Tentang Fenomenologi

Menurut Engkus Kuswarno dalam bukunya *Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*, fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti "menampak". *Phainomenon* merujuk pada "yang menampak". Fenomena adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Menurut the Oxford English Dictionary, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah *(a) the science of phenomena as disctinct from being (ontology),* dan *(b) division of any science which describes and classifies it's 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, fenomena mempelajari fenomena yang tampak di depan, dan bagaimana penampakannya (Kuswarno, 2009 : 1).

Dalam filsafat, term fenomenologi digunakan dalam pengertian yang utama, yakni di antara teori dan metodologi. Sedangkan dalam filsafat ilmu, term fenomenologi tidak digunakan dalam pengertian yang utama, hanya sesekali saja. Hal inilah yang membuat fenomenologi tidak dikenal sampai menjelang abad ke-20. Akibatnya, fenomenologi sangat sedikit dipahami dan dipelajari, itupun dalam lingkaran kecil pembahasan filsafat.

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 mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita menganai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Fenomenologi sangat menarik perhatian para peneliti psikologi di awal abad 20. Psikologi eksistensi atau *existensial phenomenological psychology,* demikian psikologi menyebutnya, berkembang menjadi sub disiplin tersendiri dalam psikologi. Sub disiplin ini memfokuskan pada memahami pengalaman manusia, dalam berbagai situasi. *"Fidelity to the phenomenon as it is lived"*

atau kebenaran fenomena itu ada bersama dengan fenomena tersebut. Singkatnya, fenomenologi berusaha untuk memahami fenomena (konteks kehidupan) melalui situasi tertentu (Kuswarno, 2009: 2).

Ahli matematika Jerman Edmund Husserl, dalam tulisannya yang berjudul Logical Investigations (1900) mengawali sejarah fenomenologi. Ide-ide Husserl ini dsangat abstrak dan luas, sampai Maurice Marleau-Ponty (1962) mengangkat pertanyaan "Apa itu fenomenologi?" dalam tulisannya yang berjudul *Phenomenology of Perception*. Lalu Alfred Schutz menjabarkan inti fenomenologi Husserl dalam tindakan sosial.

Fenomenologi sebagai salah satu cabang filsafat, pertama kali dikembangkan di universitas-universitas Jerman sebelum Perang Dunia I, khususnya oleh Edmund Husserl, yang kemudian dilanjutkan oleh Martin Heidegger dan yang lainnya seperti Jean Paul Sartre. Selanjutnya Sartre, Heidegger, dan Marleau-Ponty, memasukkan ide-ide dasar fenomenologi dalam pandangan eksistensialisme. Adapun yang menjadi fokus dari eksistensialisme adalah eksplorasi kehidupan dunia makhluk sadar, atau jalan kehidupan subjek-subjek sadar (Kuswarno, 2009: 2-3).

2.3.I Sejarah Fenomenologi

Sebelum abad ke-18, pemikiran filsafat terbagi ke dalam dua aliran yang saling bertentangan. Dimulai dari aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia. Dipelopori oleh Rene Descartes, Boruch Spinoza dan Gottfried Leibniz, rasionalisme percaya bahwa

kebenaran hanya bisa diperoleh melalui akal. Hal tersebut diperoleh mulanya karena indra seringkali menipu. Seperti gajah dari jauh kelihatan kecil, tapi dari dekat terlihat jelas, atau sedotan di dalam air terlihat membengkok.

Di satu sisi aliran empirisme dengan para tokohnya seperti Francis Bacon, George Berkeley, dan David Hume, percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Dengan demikian, kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera. Oleh karena itu, menurut aliran ini, manusia adalah tabula rasa, ibarat kertas putih ketika dilahirkan. Tidak mempunyai pengetahuan apa pun, dan kemudian diisi seiring dengan pengalaman-pengalaman indrawinya.

Di tengah-tengah perbedaan pandangan tersebut, Immanuel Kant menjembatani keduanya. Menurutnya, realitas itu terbagi dua, yakni fenomena dan nomena. Fenomena adalah apa yang tampak pada kita dan dapat kita ketahui. Sedangkan nomena adalah realitas yang tidak dapat kita ketahui. Fenomena, kata Kant, adalah cerminan dari nomena. Nomena berisi konsep-konsep yang tidak indrawi, tapi ia adalah pengetahuan yang melekat bersama manusia sejak lahir, seperti kausalitas, Tuhan, norma, dan hakekat. Semenjak pemikiran Kant menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (Kuswarno, 2009 : 4).

Franz Brentano meletakkan dasar fenomenologi secara lebih sistematis dalam tulisannya, *Psychology from an Empirical Standpoint.* Brentano mendefinisikan fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar. Ia kemudian membedakan anatara fenomena mental dengan fenomena fisik. Bagi Brentano, fenomena fisik ada karena "kesengajaan", dalam tindakan sadar *(intentional inexistence).*

Pemikiran Brentano menimbulkan pertanyaan ontologi bekaitan dengan "apa yang ada dalam pikiran" dan "apakah objek fisik hanya ada dalam pikiran"? Walaupun demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa fenomena adalah sesuatu yang kita sadari, objek dan kejadian di sekitar kita, oang lain, dan diri kita sendiri, sebagai refleksi dari pengalaman sadar kita. Dalam pengertian lain, fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam "kesadaran" kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan, atau pikiran.

Selanjutnya Brentano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipa-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan psikologi deskriptif mendefiniskan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termauk di antaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu terhubung dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran dan objek inilah yang kemudian diistilahkan Brentano dengan fenomenologi pada tahun 1889 (Kuswarno, 2009 : 5).

Husserl melalui tulisannya yang berjudul *Logical Investigations*, menggabungkan antara psikologi deskriptif dan logika. Menurut Husserl, fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja *(intentional objects)*, dari tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan *noesis*, dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. *Noema* dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal, dan objek sebagaimana nampak. Fenomena adalah *noema*. Interpretasi Husserl ini menjadi dasar teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan.

Fenomenologi bagi Husserl adalah 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.

Pada awalnya Husserl mencoba untuk mengembangkan filsafat radikal, atau aliran filsafat yang menggali akar-akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini didorong oleh ketidakpercayaan terhadap positivistik yang dinilai gagal memanfaatkan peluang membuat hidup menjadi lebih bermakna, karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Dengan demikian, fenomenologi lahir terhadap metodologi positivistik Auguste Comte. Pendekatan positivistik yang selalu mengandalkan seperangkat fakta sosial

yang objektif, atas gejala yang tampak mengemuka, sehingga cenderung melihat fenomena hanya dari permukaannya saja, tidak mampu memahami makna di balik gejala yang tampak tersebut. Sedangkan fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu Inilah yang menyebabkan fenomenologi kemudian digunakan secara luas dalam ilmu sosial, termasuk Ilmu Komunikasi (Kuswarno, 2009: 6 -7).

Pada tahun-tahun berikutnya, pembahasan fenomenologi berkembang tidak hanya tataran "kesengajaan", namun meluas ke kesadaran sementara, intersubjektivitas, kesengajaan praktis, dan konteks sosial dan bahasa dari tindakan manusia. Sejak tahun 1960-an, tulisan Husserl tersebut mulai dikembangkan dan dijadikan dasar-dasar untuk kajian fenomenologi (Kuswarno, 2009: 8)

2.3.2 Konstruksi 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 di atas sejalan dengan gagasan fenomenologi intersubyektif Schutz, karena mengisyaratkan adanya peran subyektif individu yang strategis dalam mengkonstruk realitas. Posisi strategis individu seperti ini dipertegas kembali oleh Berger dan Luckmann (dalam Paloma, 2000:308) dengan mengatakan bahwa individu merupakan produk dan sekaligus sebagai pencipta pranata sosial. Masyarakat diciptakan dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Dalam berinteraksi manusia senantiasa menggunakan dan menciptakan simbol, yang oleh Duncan (1986) dikatakan bukan hanya sebagai alat dari kenyataan sosial, namun simbol juga merupakan inti dari kenyataan sosial. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa realitas sosial bukan realitas alami yang muncul dengan sendirinya, melainkan merupakan realitas yang telah dikonstruksi oleh sang aktor, berdasarkan motif dan interpretasinya terhadap makna-makna dan simbol yang telah diberikan oleh rekan komunikasinya saat melakukan interaksi

2.4 Tinjauan Tentang Solidaritas

Secara etimologi arti solidaritas adalah kesetiakawanan atau kekompakkan. Dalam bahasa Arab berarti *tadhamun* (ketetapan dalam hubungan) atau *takaful* (saling menyempurnakan/melindungi). Pendapat lain mengemukakan bahwa Solidaritas adalah kombinasi atau persetujuan dari seluruh elemen atau individu sebagai sebuah kelompok.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa solidaritas diambil dari kata *Solider* yang berarti mempunyai atau memperliatkan perasaan bersatu. Dengan demikian, bila dikaitkan dengan kelompok sosial dapat disimpulkan bahwa Solidaritas adalah: rasa kebersamaan dalam suatu kelompok tertentu yang menyangkut tentang kesetiakawanan dalam mencapai tujuan dan keinginan yang sama.

Wacana solidaritas bersifat kemanusiaan dan mengandung nilai adiluhung (mulia/tinggi), tidaklah aneh kalau solidaritas ini merupakan keharusan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Memang mudah mengucapkan kata solidaritas tetapi kenyataannya dalam kehidupan manusia sangat jauh sekal.

2.5 Tinjauan Tentang *Chelsea Indonesia Supporters Club (CISC)*

Organisasi adalah sebuah wadah yang menampung orang-orang dan objek-objek; orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama. Menurut Paul Preston dan Thomas Zimmerer yang dimaksud organisasi adalah sekumpulan orang-orang yang disusun dalam kelompok-kelompok, yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Manusia

membentuk sebuah organisasi karena ingin bekerjasama dengan manusia yang lain untuk memiliki tujuan yang sama.

Chelsea Indonesian Supporters Club adalah organisasi atau perkumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama yaitu sama-sama menyukai *club* Chelsea fc pada awalnya dimulai lewat mailing list hingga Novrand memprakarsai Forum Chelsea Indonesia untuk pertama kalinya. Dari situ beliau membuka forum untuk CISC bandung. Pada awal berdirinya jumlah anggota CISC Bandung tidak lebih dari 10 orang. Seiring berjalannya waktu dan intensitas pengguna forum yang bertambah juga tinginya minat *fan* Chelsea maka bertambah pula anggota CISC Bandung. saat ini jumlah member resmi CISC bandung berjumlah lebih dari 200 orang.