BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan istilah yang sudah sangat akrab dengan kehidupan sehari–hari, tetapi pada kenyataanya seperti yang diungkapkan oleh Stephen W. Littlejohn (2009) bukanlah suatu hal yang mudah. Menurut Littlejohn (2009) *Communication is difficult to define. The word is abstract and like most terms, posses numerous meanings* (Komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata komunikasi bersifat abstrak seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti). Kesulitan untuk mendefinisikan kata komunikasi ini dikarenakan kata kerja *to communicate* atau berkomunikasi bisa dikatakan sangat mapan sebagai kosakata yang umum dipergunakan dalam kehidupan sehari – hari.

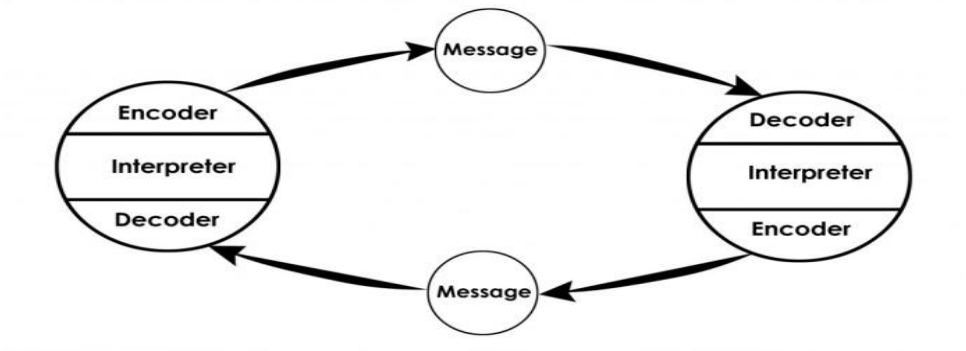
Menurut Willbur Schramm (1963: 2), seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni pengalaaman dan pengertian *(collection of experience and meanings)* yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

2.1.2 Model Komunikasi Wilbur Schramm

Model komunikasi yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm (1963) ini merupakan turunan dari model komunikasi Shannon dan Weaver. Schramm membuat serangkaian model komunikasi manusia yang dimulai dengan model yang paling sederhana kemudian dilanjutkan ke model yang lebih rumit mempertimbangkan pengalaman dari dua individu yang baru mencoba berkomunikasi hingga model komunikasi antara dua individu yang berinteraksi melalui komunikasi. Enam elemen komunikasi pada model Shannon dan Weaver oleh Schramm (1963) dijadikan acuan untuk mengembangkan pemikiran mengenai model ini yang lebih menekankan pada proses *encoding* (mengubah kode atau makna agar mudah dipahami) dan *decoding* (menafsirkan makna atau kode yang diberikan)pesan.

Model 1

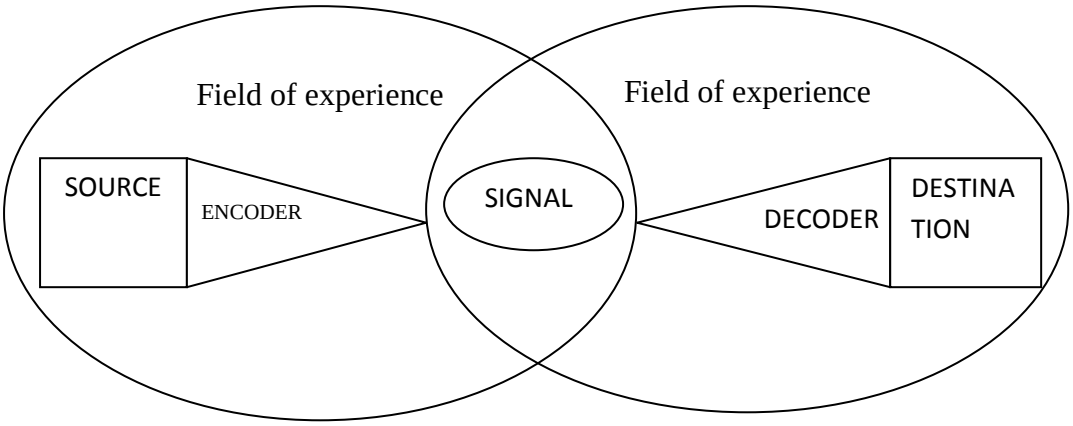
Interaksi antar dua individu



Gambar 2.1 Model Komunikasi Schramm 1

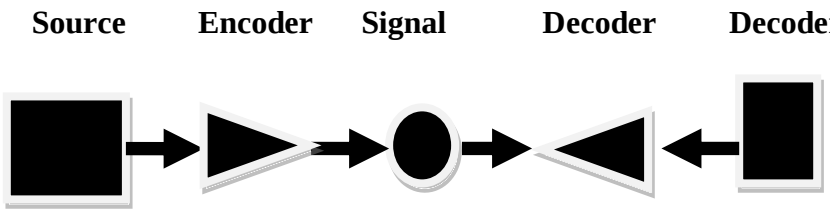
Model 2

Kedua belah pihak menganut sinyal yang dikomunikasikan karena adanya kesamaan pengalaman.



Gambar 2.2 Model Komunikasi Schramm 2

Model 3



Gambar 2.3 Model Komunikasi Schramm 3

> Interaksi dengan dua pihak yang menafsirkan, menyandi balik, mentransmisikan, dan menerima sinyal.

Menurut Schramm (1963), untuk mnyelesaikan suatu tindakan komunikasi, pesan itu harus dapat disandi balik. Selain itu Schramm mengemukakan komunikasi setidaknya memiliki tiga unsur yaitu :

1. *Source* yaitu sumber informasi
2. *Message* yaitu pesan atau informasi yang akan disampaikan
3. *Destination* yaitu sasaran kepada siapa pesan itu akan disampaikannya

Schramm berpendapat bahwa pada proses komunikasi setiap orang dapat menjadi *encoder* maupun *decoder*. Proses kembali dalam model itu disebut umpan balik (*feedback*) yang memiliki peran penting dalam komunikasi karena hal tersebut memberitahukan bagaiman pesan ditafsirkan, baik dalam bentuk verbal ataupun non verbal.

Pada dasarnya, model komunikasi ini melihat banyak sumber pada komunikasi multi level (banyak tahap) berada di luar jangkauan model ini. Model ini masih bersifat linear yaitu komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi bilateral antara dua belah pihak. Hal ini menjadi kelemahan dari model komunikasi ini seperti pada model–model komunikasi lainnya.

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.

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. menurut Deddy Mulyana (2010), Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal

   Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal

2. Komunikasi non verbal

   Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter (2010) komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2010: 237)

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami,menurut Onong Uchana Effendy (2006) dalam bukunya yang berjudul Dinamika Komunikasi bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah kommponen atau unsur yang di cakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut menurut Onong Uchana Effendy (2006) adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.
- Komunikan : Orang yang menerima pesan.
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

2.1.4 Bentuk Komunikasi

a. Komunikasi Persona (*Personal Communication*)

1. Kominikasi intrapersona (*intrapersonal communication*)

- Komunikasi yang terjadi dalam diri Komunikasi yang terjadi dalam diri individu

2. Komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*)

- Komunikasi antara dua orang dan terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan.
- Dapat berlangsung dengan berhadapan muka atau melalui media komunikasi, antara lain dengan menggunakan pesawat telepon atau radio komunikasi.
- Bersifat dua arah, komunikator dan komunikan saling bertukar fungsi.
- Disebut efektif bila akhirnya menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

b. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

1. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*):

a. Ceramah (*lecture*)

b. Diskusi panel (*panel discussion*)

c. Simposium (*symposium*)

d. Forum

e. Seminar

f. Curahsaran (*brainstorming*)

g. Dan lain-lain

2. Komunikasi kelompok besar (large group communication/public speaking)

c. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

1. Pers
2. Radio
3. Televisi
4. Film
5. Dan lain-lain

d. Komunikasi Medio

1. Surat
2. Telepon
3. Pamflet
4. Poster
5. Spanduk
6. Dan lain-lain

2.1.5 Sifat Komunikasi

Onong Uchana Effendy (2006) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menjelaskan bahwa komunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberaapa sifat komunikasi tersebut yakni:

1. Tatap muka *(face-to-face)*
2. Bermedia *(mediated)*
3. Verbal *(verbal)*
    - Lisan
    - Tulisan
4. Non verbal *(non-verbal)*
    - Gerakan/isyarat badaniah *(gestural)*
    - Bergambar *(picturial)*

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik *(feedback)* dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator bisa secara langsung atau face-to-face tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga bisa menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya. Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non-verbal. Verbal dibagi menjadi dua macam yaitu lisan *(oral)* dan tulisan *(written/printed)* Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau istarat badaniah *(gesturial)* seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata,

dan sebagainya ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasan.

2.1.6 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchana Effendy (2006) dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah kebarat tapi kita memberikan jakur ke timur.
c. Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus di ingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan

(penerima) atau bawahan dengan sebaik baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy. 1993: 18) Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.1.7 Bentuk Tubuh

Dalam sebuah artikel tubuh ideal di mata pria yang dikutip dari KOMPAS.com menuturkan "ternyata, bukan hanya perempuan yang bermasalah dengan bentuk tubuhnya. Jika perempuan ingin memiliki tubuh langsing dan seksi, lelaki menginginkan tubuh yang atletis. Tubuh atletis dan penampilan menarik diharapkan mampu membangun kepercayaan diri mereka. Tak heran upaya pria dalam membentuk postur tubuh ideal juga tak kalah dengan kaum perempuan. Rutin ke pusat kebugaran hingga memilih suplemen yang tepat, bahkan mengikuti kontes pria bertubuh atletis, menjadi cara lain memotivasi diri. (http://female.kompas.com/read/2010/07/19/15475360/tubuh.ideal.di.mata.pria [22/4/12]).

Suyono, 2002 dalam bukunya yang berjudul "Tubuh Yang Rasis: Telaah Kritis Michel Foucault atas dasar-dasar pembentukan diri kelas Menengah Eropa" Tubuh manusia dalam berbagai bentuknya memang cuma seonggok daging dan tulang tetapi tatkala tubuh itu telah berpadu dengan "Ruh" eksistensi manusia sebagai individu serta merta terkait dengan berbagai hal sebagaimana ditunjukan

Michel Foucault (1926-1984) seorang pemikir dan filsuf Perancis kenamaan abad ini, tubuh tidak saja sekedar anatomi dari jaringan sel-sel yang mengandung sejuta pesona dan kenikmatan (seks), melainkan pula dalam sejarah peradaban Eropa tubuh terkait dengan perkembangan teknik-teknik rekayasa tertentu yang tak lepas dari kekuasaan politik, ekonomi dan medis yang kemudian hari telah membawa rasisme Eropa.

Tubuh merupakan tempat paling esensial untuk mengamati penyebaran dan beroperasinya relasi-relasi kekuasaan dalam masyarakat modern. Tubuh adalah tempat dimana praktek-praktek sosial yang paling lokal dan mikro (Most Minute) mempertautkan dirinya dengan sirkulasi kekuasaan impersonal dalam skala besar. Lebih jauh tercapai suatu kejelasan bagaimana suatu tubuh sampai digolong-golongkan, dikonstitusi, ditematisasikan dan dimanipulasi oleh kekuasaan.

Ilustrasi diatas adalah cuplikan dari analisis Michel Foucault mengenai pembentukan diri dasar yang menyebabkan mayoritas warga Eropa mempunyai sikap, tindakan dan perasaan tertentu.

2.1.8 Tubuh Atletis

Tubuh Atletis adalah pembentukan tubuh yang melibatkan hipertropi otot intensif, dengan melakukan latihan beban dan diet protein tinggi secara rutin dan intensif, seseorang dapat meningkatkan massa otot.

Berikut ciri-ciri tubuh atletis beserta tips latihan:

1. *Chest*/Otot dada: otot dada merupakan salah satu otot yang membuat anda terlihat tegap dan merupakan otot yang paling mudah dilihat untuk menentukan massa otot anda secara keseluruhan. Latih otot dada dengan *dumbbell press, pec dec, cable crossover* dan *dumbbell fly*.
2. *Abs/*Otot perut: otot perut merupakan otot yang paling penting di dalam penilaian body contest, otot six pack yang tajam akan menambah nilai anda secara signifikan. Latih otot perut anda dengan ab crunch, hip thrust, hanging leg raise dan lain-lain.
3. *Shoulder*/Otot bahu: Otot bahu membuat anda terlihat lebih tegap dan membuat postur tubuh anda menjadi lebih baik, otot dada yang besar akan terlihat jelek jika otot bahu anda kecil, oleh karena itu latih otot bahu anda dengan *bent over lateral raise, arnold press, front dumbbell raise* dan *seated overhead dumbbell press*.
4. *Back*/Otot Punggung : Otot punggung merupakan otot besar yang patut anda latih, selain membuat badan anda terlihat tegap, otot punggung merupakan salah satu aspek penilaian terbesar dalam *body contest*. Latih otot punggung dengan *pull up, bent over barbell row*, dan *seated cable row.*
5. *Arms*/Otot Tangan: Otot tangan yang kuat diperlukan untuk menyeimbangkan dengan tubuh anda yang berotot, selain itu otot tangan juga diperlukan sebagai instrumen utama untuk melakukan posing. Latih

otot tangan anda dengan *concentration curl, hammer curl, dumbbell kickback* dan *one arm overhead extension*.[2]

2.1.9 Fenomenologi

Fenomenologi *(phenomenological philoshop)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W. Littlejhon yang dikutip oleh Engkus Koswara dalam metode penelitian komunikasi bahwa :

"Phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality".

(Littlejhon, 1996:204).

Jadi Fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi *(phenomenology)* dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar *(councious experience).* Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala *(phenomenon* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena)* merupakan asal istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelahaan masalah dilaksanakan dengan multi

[2](http://duniafitnes.com/fitness-2/panduan-body-contest.html) Diakses tanggal 25 Mei 2012

perspektif atau *multi study* pandang. Bedasarkan keterangan di atas peneliti melakukan peneletian ini dengan menggunakan metode fenomenologi.

2.1.10 Citra Diri

Sebelum membahas citra diri, kita perlu mengetahui tentang apa itu kepribadian. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi menjelaskan:

> "Dalam psikoanalisis dikenal *proyeksi*, sebagai salah satu cara pertahanan ego. Proyeksi adalah mengeksternalisasikan pengalaman subjektif secara tidak sadar. Orang melemparkan perasaan bersalahnya pada orang lain. Maling teriak maling adalah contoh tipikal dari proyeksi". (Rakhmat,2007:91)

Manusia secara sadar berusaha menampilkan dirinya kepada orang lain sebaik mungkin. Inilah yang disebut Erving Goffman sebagai *self-presentation* (penyajian diri). Sebelum melakukan penyajian diri perlu dilakukan pembentukan kesan *(impression formation)*, dengan kata lain manusia membentuk kepribadiannya atau disebut konsep diri.

Konsep diri bukan hanya sekedar gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian kita tentang diri kita. Jadi konsep diri meliputi apa yang kita pikirkan dan apa yang kita rasakan tentang diri kita. Jalalludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi menjelaskan "ada dua komponen konsep diri yaitu komponen kognitif dan komponen afektif". Dari pernyataan tersebut bisa dikatan bahwa komponen kognitif disebut citra diri (self image) dan komponen afektif disebut harga diri (self esteem).

Citra diri adalah persepsi seseorang tentang kemampuan, keterbatasan, penampilan, dan karakteristik diri, termasuk kepribadian dirinya (Graeff, 1996). Citra diri dapat dilihat sebagai totalitas pikiran seorang individu dan perasaan yang mengacu pada diri mereka sendiri yang berfungsi sebagai obyek (Rosenberg dalam Graeff, 1996; Sirgy, 1982).

Citra diri adalah konsep kita tentang "orang seperti apa saya ini." Citra diri dibentuk melalui pemikiran kita tentang diri kita sendiri, pemikiran yang secara tidak sadar terbentuk melalui pengalaman masa lalu, kemenangan dan kegagalan, sukses dan kekecewaan yang kita raih, dan juga melalui observasi kita tentang bagaimana orang bereaksi terhadap kita, khususnya di masa kecil kita. Dari semua informasi mentah ini, kita membuat sebuah "diri", "siapa diri kita", citra diri kita. Ketika ide atau pemikiran tentang diri kita ini menjadi bagian dari citra diri kita, kita menganggapnya benar. Kita tidak pernah berpikir untuk mempertanyakannya sehingga kita bertindak seperti hal itu benar. Citra diri kita menentukan perasaan, pemikiran, tindakan, bahkan apa yan kita pikir mampu kita lakukan. Citra diri mengontrol jumlah kesuksesan, kesenangan, kebahagiaan, dan kepuasan yang kita miliki. Hidup seperti apa yang kita miliki, bahkan dunia seperti apa yang kita tinggali menurut pemikiran kita, ditentukan melalui citra diri kita.

Citra diri menjelaskan mengapa pemikiran positif sangat dibutuhkan. Citra diri menjelaskan mengapa tekad itu sangat tidak efektif dan susah untuk dipertahankan. Karena tekad dan pikiran positif yang kita miliki tidak akan efektif apabila hal-hal tersebut tidak sesuai dengan citra diri kita. Citra diri kita terus memprogram mekanisme kreatif kita. Jika anda mencitrakan diri anda sebagai

seorang yang gagal, mekanisme sistem syaraf anda akan menemukan cara untuk menyampaikan hasil tersebut kepada anda. Jika anda mencitrakan diri anda sebagai korban dari keadaan, hal itu akan tampak di hidup anda. Tapi di sisi lain, jika anda mencitrakan diri anda sebagai seorang yang mampu dan sukses, mekanisme kreatif anda akan menghasilkan hasil tersebut.

(www.naqsdna.com/2011/07/psycho-cybernetics-auto-success.html[22/4/12])

2.1.11 Elemen-elemen Pembentuk Citra

Setelah melihat penjelasan mengenai pentingnya pembentukan citra dan juga proses terbentuknya citra, maka perlunya kita lihat faktor-faktor penting dalam membentuk citra karena dilihat dari faktor inilah dapat mengembangkan suatu citra pada pria bertubuh atletis di Sabuga Gym Bandung. Menurut Shirley Harisson (2005:258) dalam membentuk citra harus memperhatikan 4 (empat) elemen berikut ini, yaitu:

1. Personality / Kepribadian, merupakan gabungan dari karakteristik pria bertubuh atletis yang diketahui dan diterima oleh publiknya.
2. Reputation / Reputasi, merupakan apa yang diyakini oleh publiknya bedasarkan pengalaman sendiri atau orang lain terhadap pria bertubuh atletis.
3. Value / Etnik, merupakan nilai-nilai dari citra yang dikeluarkan oleh pria bertubuh atletis.

4. Identity / Identitas Diri, merupakan identitas yang dituangkan dalam bentuk symbol-simbol yang terdapat dalam fisik pria bertubuh atletis.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi *(phenomenological philoshop)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W. Littlejhon yang dikutip oleh Engkus Koswara dalam metode penelitian komunikasi bahwa :

"Phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality".

(Littlejhon, 1996:204).

Jadi Fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi *(phenomenology)* dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar *(councious experience).* Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala *(phenomenon* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena)* merupakan asal istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau

kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelahaan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau *multi study* pandang.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengenai citra diri. Citra diri adalah persepsi seseorang tentang kemampuan, keterbatasan, penampilan, dan karakteristik diri, termasuk kepribadian dirinya (Graeff, 1996). Citra diri dapat dilihat sebagai totalitas pikiran seorang individu dan perasaan yang mengacu pada diri mereka sendiri yang berfungsi sebagai obyek (Rosenberg dalam Graeff, 1996; Sirgy, 1982).

Dalam penelitiannya, peneliti membahas mengenai citra diri yang di kemukakan oleh Rosenberg dalam Graeff, 1996; Sirgy, 1982, didalamnya berisikan citra diri dapat dilihat sebagai totalitas pikiran seorang individu dan perasaan yang mengacu pada diri mereka sendiri yang berfungsi sebagai obyek.

Peneliti juga melakukan penelitiannya dengan pendekatan konstruksi sosial. Dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif-Burhan Bungin, Berger dan Luckmann mengatakan bahwa realitas sosial terdiri tiga macam yaitu realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sementara itu, realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi (Subiakto,1997:93).

Teori konstruksi sosial (*social construction*) Berger dan Lukmann (1990:1) merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen-fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger, 1990:1).

Ketika manusia mencoba memahami tentang realitas sosial tadi melalui fase eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Adalah sudah sifat manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia, dengan kata lain manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia. Kedua objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu fakta yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini masyarakat menjadi suatu realitas *sui generis* atau istilah ini sering digunakan dalam filsafat analitik untuk menunjukkan ide, suatu entitas, atau sebuah realitas yang tidak dapat

dimasukkan dalam konsep yang lebih luas. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya dalam bentuk bahasa. Baik alat taid maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada di luar kesadaraan manusia, ada "di sana" bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa di alami setiap orang. Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Oleh karena konstruksi sosial merupakan sosiologi pengetahuan, maka implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan. Sosiologi pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka teoritis yang dijabarkan sebelumnya, peneliti mendapatkan kerangka konseptual untuk penelitian ini menggunakan Fenomenologi. Fenomena pria bertubuh atletis di sabuga gym, Bandung akan dilihat bedasarkan tindakan sosial mereka dari masa lalu. Masa sekarang, dimana peneliti melihat interaksi mereka secara langsung. Juga mencari tahu prediksi keberlangsungan pria bertubuh atletis di sabuga gym, Bandung ini di masa depan.

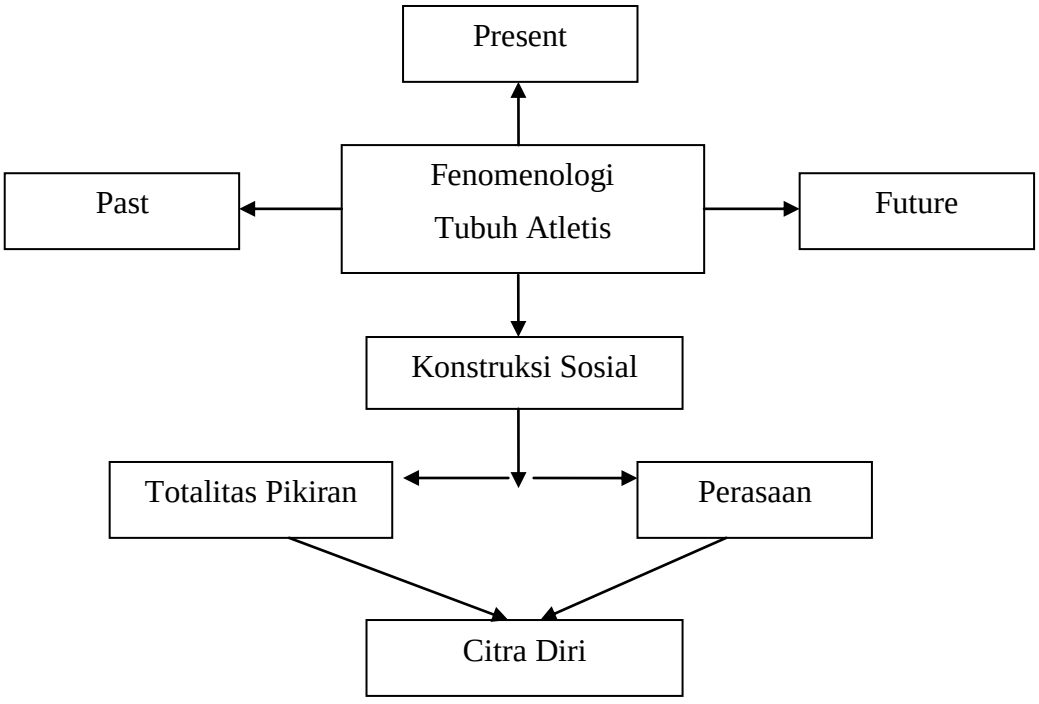
Mengapa Fenomenologi dikaitkan dengan Konstruksi Sosial, hal ini karena Konstruksi Sosial terjadi dari fenomena yang terlihat di masyarakat. Fenomenologi memfokuskan untuk memahami realitas sosial. Realitas sosial merupakan dasar dari konstruksi sosial. Ritzer (1992:5) menjelaskan bahwa ide dasar paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor kreatif dari realitas sosialnya. Artinya tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercangkup dalam fakta sosial, yaitu tindakan yang menggambarkan struktur dan pranata sosial. Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu relitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial (Hidayat, 1999;39)

Walaupun Ritzer (1992:17) mengatakan bahwa pandangan yang menempatkan individu adalah manusia bebas dalam hubungan antara inidividu dengan masyarakat merupakan pandangan beraliran liberal ekstrem, pengaruh

aliran ini telah menyebar luas dalam paradigma definisi sosial. Terdapat pengakuan yang luas terhadap eksistensi individu dalam dunia sosial yang dikonstruksi bedasarkan kehendaknya.

Individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif di dalam mengonstuksi dunia sosialnya. Sehingga pada kesimpulannya peneliti mencari tahu citra diri tersebut sebagai fokus penelitian fenomena pria bertubuh atletis disabuga gym, Bandung. Tergambar dalam bagan berikut:

Gambar 2.4
Kerangka Konseptual



Sumber: Analisa Peneliti 2012