BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris "*communication*" berasal dari bahasa latin atau "*communicatio*" dan bersumber dari kata "*communis*" yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002: 9).

Thoha menyatakan bahwa "Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari seseorang kepada orang lain." (Thoha, 1996: 145).

Membahas tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau juga definisi yang salah. Sama hal nya seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan sesuatu yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik . Atau terlalu luas , misalnya Komunikasi adalah interaksi antara

dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan. Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda.

Dalam proses penyampaian juga harus bisa menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang ada dibahas. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dipercakapkan. Dengan adanya kesamaan tersebut maka akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek komunikasi dari Onong Uchana Effendy, yang dikutip dari Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah :

> "Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*) Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif." (Effendy, 2001:10)

2.1.1.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Dan berikut adalah tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan prilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003 : 8)

Dari empat poin yang dikemukakan diatas tersebut oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun dalam bertindak.

2.1.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (2003 : 55) terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

   Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

   Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Menghibur (*to entertaintment*)

   Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

   Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi di atas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah

pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

2.1.1.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).

Menurut Onong Uchjana Effendy, Proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni :

1. Proses komunikasi secara primer, Proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan

komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2004:11&16)

2.1.1.5 Unsur-unsur Komunikasi

Didalam melakukan kegiatan 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 dalam bukunya yang berjudul Dinamika Komunikasi bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah kommponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi.

Dari berbagai pengertian komunikasi yang banyak ditemui, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

- Sumber

  Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering

disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender, atau encoder.*

- Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content* atau *information.*

- Media

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

- Penerima

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

Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami

bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

- Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982). Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

- Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

- Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas

empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa terjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini bisa disebut dimensi internal.

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur

akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi. (Cangara, 2005 : 23).

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan dasar dari konteks atau level komunikasi lain, demikian dasar-dasar peran dan kredibilitas komunikator dalam komunikasi antarpribadi yang ditunjukkan dalam suatu percakapan dapat dijadikan dasar bagi perlakuan terhadap peranan dan kredibilitas komunikator dalam konteks komunikasi lainnya.

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang–orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non-verbal. Dan bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang hanya melibatkan dua orang, seperti suami–istri, dua sahabat dekat, guru–murid, dan lain sebagainya. (Deddy Mulyana, 2002 : 73).

Komunikasi antarpribadi didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *"The Interpersonal Communication Book".* (Devito, 1989 : 4), sebagai: "Proses pengiriman dan penerimaan pesan–pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (Devito, dalam Effendy, 1984 : 4).

Menurut Vandeber, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan atau perasaan. (Llilweri, 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.

2.1.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi

Bersadarkan beberapa pengertian komunikasi antarpribadi ada beberapa ciri khas komunikasi antarpribadi yang membedakannya dengan komunikasi massa dan komunikasi kelompok. Menurut Barnlund (1968) ada beberapa ciri komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi interpersonal selalu terjadi secara spontan, tidak mempunyai struktur yang teratur dan diatur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu, dilakukan oleh orang–orang yang identitas keanggotaan yang terkadang kurang jelas.

De Vito (1976) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi mengandung lima ciri sebagai berikut :

1). Keterbukaan (*openness)*,

2). Empati (*empathy*),

3). Dukungan (*suportiveness*),

4). Perasaan positif (*positivness*),

5). Kesamaan (*equality*).

Selain itu, Evert M. Rogers dalam Depar (1988) menyebutkan beberapa ciri komunikasi antarpribadi, yaitu :

1). Arus pesan cenderung dua arah,

2). Konteks komunikasi adalah tatap muka,

3). Tingkat umpan balik yang tinggi,

4). Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi,

5). Kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lamban dan,

6). Efek yang terjadi antara lain perubahan sikap.

(Alo Liliweri, 1997 : 12)

2.1.2.3 Faktor–faktor Pembentuk Komunikasi Antarpribadi

Berdasarkan pandangan Klinger dan Gillin yang dikutip Soekanto, kita dapat mengetahui bahwa setiap proses komunikasi didorong oleh faktor–faktor tertentu. Halloran (1980) mengemukakan manusia berkomunikasi dengan orang lain karena didorong oleh beberapa faktor, yakni :

1. Perbedaan antarpribadi,
2. Pemenuhan kekurangan,

3. Perbedaan motivasi antar manusia,
4. Pemenuhan akan harga diri, dan
5. Kebutuhan atas pengakuan orang lain. (Liliweri, 1992 : 45)

Cassagrade (1986) berpendapat, manusia berkomunikasi karena :

1. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan,
2. Dia ingin terlibat dalam proses perubahan yang relatif tetap,
3. Dia ingin berinteraksi hari ini dan memahami pengalaman masa lalu dan mengantisipasi masa depan, dan
4. Dia ingin menciptakan hubungan baru. Dapat disimpulkan bahwa minat berkomunikasi antarpribadi didorong oleh pemenuhan kebutuhan yang belum atau bahkan tidak dimiliki, karena setiap manusia memiliki motif yang mendorong dia usaha memenuhi kebutuhannya.

2.1.2.4 Hakekat Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi digunakan untuk menyampaikan informasi. Apabila seseorang berkomunikasi dengan orang lain, sebenarnya dia menyampaikan informasi. Pemahaman mengenai nilai-nilai komunikasi disampaikan oleh pakar dengan defenisi berbeda-beda. Hovland dalam buku *Social Communication* menjelaskan, bahwa komunikasi adalah proses bila mana seseorang individu (komunikator) menyampaikan stimulans (lambang kata-

kata) untuk merubah tingkah laku individu lainnya (komunikan). Effendy, (1984) dalam buku Ilmu Komunikasi mengatakan komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan. Robbins, (1994) dalam buku *Essential of organizational behavior* bahwa komunikasi menjalankan 4 fungsi utama di dalam suatu kelompok (kontrol, pengawasan, motivasi pengungkapan emosi dan informasi). Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa proses komunikasi antarpribadi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).

2.1.2.5 Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi

Seperti komunikasi pada umumnya, komunikasi antarpribadi juga 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 diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karena komunikator memusatkan perhatiaanya 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." (Effendy, 1993 : 62)

2.1.2.6 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.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi adalah untuk dapat bersosialisasi dengan orang lain, membantu orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi ini kita dapat menjadikan diri sebagai suatu agen yang dapat mengubah diri dan lingkungan sesuai dengan yang kita kehendaki,

selain itu komunikasi ini juga bertujuan sebagai suatu proses belajar menuju perubahan yang lebih baik.

2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Nonverbal

Inti utama proses komunikasi adalah penyampaian pesan oleh komunikator di satu pihak dan penerimaan pesan oleh komunikan dipihak lainnya. Kadar yang paling rendah dari keberhasilan komunikasi diukur dengan pemahaman komunikan pada pesan yang diterimanya. Pemahaman komunikan terhadap isi pesan atau makna pesan yang diterimanya merupakan titik tolak untuk terjadinya perubahan pendapat, sikap, dan tindakan.

Pesan komunikasi secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua ketegori, yakni pesan verbal dan pesan nonverbal. Pesan verbal adalah pesan yang berupa bahasa, baik yang diungkapakan melalui kata-kata maupun yang dituangkan dalam bentuk rangkaian kalimat tulisan. Pesan nonverbal adalah pesan yang berupa isyarat atau lambang-lambang selain lambang bahasa.

Komunikasi nonverbal lebih tua daripada komunikasi verbal. Kita lebih awal melakukannya, kerena hingga usia kira-kira 18 bulan, kita secara total bergantung pada komunikasi nonverbal seperti sentuhan, senyuman, pandangan mata, dan sebagainya. Maka, tidaklah mengherankan ketika kita ragu pada seseorang, kita lebih percaya pada pesan nonverbalnya. Orang yang terampil membaca pesan nonverbal orang lain disebut intuitif, sedangkan yang terampil mengirimkannya disebut ekspresif.

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal 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.

Sebagaimana kata-kata, kebanyakan isyarat nonverbal juga tidak *universal*, melainkan terikat oleh budaya, jadi dipelajari, bukan bawaan. Sedikit isyarat nonverbal yang merupajan bawaan. Kita semua lahir dan mengetahui bagaimana tersenyum, namun kebanyakan ahli sepakat bahwa di mana, kapan, dan kepada siapa kita menunjukkan emosi ini dipelajari, dan karenanya dipengaruhi oleh konteks dan budaya. Kita belajar menatap, memberi isyarat, memakai parfum, menyentuh berbagai bagian tubuh orang lain, dan bahkan kapan kita diam. Cara kita bergerak dalam ruang ketika berkomunikasi dengan orang lain didasarkan terutama pada respons fisik dan emosional terhadap rangsangan lingkungan. Sementara kebanyakan perilaku verbal kita bersifat eksplisit dan diproses secara kognitif, perilaku nonverbal kita bersifat spontan, ambigu, sering berlangsung cepat, dan di luar kesadaran dn kendali kita. Menurut Edward T. Hall :

> "Menamai bahasa nonverbal ini sebagai "bahasa diam" *(silent language)* dan "dimensi tersembunyi" *(hidden dimension).* Disebut diam dan tersembunyi, karena pesan-pesan nonverbal tertanam dalam konteks komunikasi. Selain isyarat situasional dan relasional dalam transaksi komunikasi, pesan nonverbal memberi kita isyarat-isyarat

> kontekstual. Bersama isyarat verbal dan isyarat kontekstual, pesan nonverbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi."

Tidak ada struktur yang pasti, tetap, dan dapat diramalkan mengenai hubungan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Keduanya dapat berlangsung spontan, serempak, dan nonsekuensial. Akan tetapi, kita dapat menemukan setidaknya tiga pebedaan pokok antara komunikasi verbal dan nonverbal, diantaranya yaitu :

- Perilaku verbal adalah saluran tunggal, perilaku nonverbal bersifat multisaluran.
- Pesan verbal terpisah-pisah, sedangkan pesan nonverbal sinambung.
- Komunikasi nonverbal mengandung lebih banyak muatan emosinal daripada komunikasi verbal.

2.1.3.1 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Menurut Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

a. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama : pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
b. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat

menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna : kebagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:

- Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk,
- Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan,
- Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi,
- Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.

c. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.

d. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah :

   a. Immediacy yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah

yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif,

b. Power mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah,

c. Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.

e. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

f. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.

g. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal

yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda.

h. Pesan sentuhan dan bau-bauan, yaitu alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan menandai wilayah mereka, mengidentifikasikan keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.3.2 Fungsi Pesan Nonverbal

Mark L. Knapp dalam Jalaludin, 1994. Menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal :

a. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.

b. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.

c. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda ’memuji’ prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata ”Hebat, kau memang hebat.”

d. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.

e. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

2.1.4 Tinjauan tentang Gaya Hidup

2.1.4.1 Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup ditunjukkan oleh perilaku tertentu sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai-nilai dan tata hidup yang hampir sama. Gaya hidup yang berkembang di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri. Untuk memahami bagaimana gaya hidup sekelompok masyarakat diperlukan program atau instrumen untuk mengukur gaya hidup yang berkembang.

Gaya hidup menurut Kotler (2002 : 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan

lingkungannya. Menurut secara umum gaya hidup dapat diartikan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktifitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002:282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Suratno dan Rismiati (2001 : 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan (aktivitas), (minat) dan pendapatnya (opini) dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

2.1.5 Tinjauan Mengenai Fenomena

2.1.5.1 Pengertian Fenomena

Fenomena, atau masalah, atau gejala adalah segala sesuatu yang dapat kita lihat, atau alami, atau rasakan. Suatu kejadian adalah suatu fenomena, suatu benda merupakan suatu fenomena, karena merupakan sesuatu yang dapat kita lihat. Adanya suatu benda juga menciptakan keadaan ataupun perasaan, yang tercipta karena keberadaannya. Istilah masalah yang dijadikan dari istilah fenomena harus dibedakan dari persoalan. Masalah mempunyai pengertian netral, sedangkan persoalan mengandung pengertian memihak. Suatu persoalan juga merupakan suatu masalah atau gejala, dan karenanya juga merupakan suatu fenomena. Persoalan merupakan suatu fenomena yang kehadirannya tak dikehendaki. Penyelesaian terhadap suatu persoalan pada hakekatnya adalah suatu usaha dan tindakan untuk meniadakan persoalan tersebut.

2.1.6 Tinjauan Mengenai Eksistensi

2.1.6.1 Pengertian Eksistensi

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris “exist” yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaanya. Suatu proses yang dinamis, suatu ‘menjadi’ atau ‘mengada’. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni exsistere, yanga artinya keluar dari, ‘melampaui’ atau mengatasi’. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan

mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.

Eksistensi menurut peneliti yaitu bagaimana keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaanya khusunya dalam lingkunagan sosial tempat individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami perubahan dari masa sekarang sampai masa yang akan datang baik dari segi bahasa, perilaku, tindakan serta cara mereka menampilkan diri.

Seperti halnya pengguna *behel* gigi yang kini sedang marak dan menjamur di kota Bandung berupaya menampilkan jati diri mereka dihadapan publik sebagai bentuk ke-eksistensian mereka agar keberadaan mereka diakui oleh masyarakat.

Eksistensi ini memberikan gambaran akan berbagai pembentukan diri individu dalam mempelajari lingkungan sekitarnya dan berusaha untuk dapat memberikan sumbangsihnya bagi sosial sebagai bentuk pengharapan pengakuan dari sosialitas. Eksistensi ini terbentuk dengan adanya dorongan dari dalam diri individu dan tuntutan manusia sebagai makhluk sosial. Hal ini menyebabkan manusia memiliki kepentingan bagi dirinya selaku individu dan sebagai makhluk sosial, sebagaimana yang diungkapkan oleh Setiawan yang dikutip oleh Rismawaty bahwa:

> "Manusia hidup antara dua kutub eksistensi, yaitu kutub eksistensi individual dan kutub eksistensi sosial, di mana keduanya amat terjalin

> dan tampaknya menjadi suatu hal yang tak terpisahkan dalam diri manusia (indivisualisasi dan sosialisasi). Pada suatu pihak ia berhak mengemukakan dirinya (kutub eksistensi individual), ingin dihargai dan diakui tetapi pada pihak lain ia harus mampu menyesuaikan diri pada ketentuan-ketentuan yang berlaku didalam masyarakat didalam lingkungan sosialnya (kutub eksistensi sosial)." (Rismawaty, 2008: 29).

Orang berkomunikasi untuk menunjukan bahwa dirinya eksis, ini disebut sebagai aktualisasi diri atau lebih tepatnya lagi lebih kepada pernyataan eksistensi diri. Deddy Mulyana memodifikasi pernyataan filosof prancis, Rene Descartes yang terkenal *"Cogito ergo sum"* (saya berfikir, maka saya ada) yang kemudian diganti menjadi "Saya berbicara, maka saya ada".

2.1.7 Tinjauan Tentang Mahasiswa

Mahasiswa secara harafiah dikatakan sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Sejak masa Socrates, Plato, Aristoteles hingga Immanuel Kant, juga para pemikir abad ke-20, terlihat peran orang-orang hasil didikan perguruan tinggi. Peran mencolok yang jelas-jelas tertangkap adalah peran pembaharu. Orang-orang yang berasal dari universitas ini banyak melakukan pembaruan di banyak bidang kehidupan. Beratus-ratus halaman kertas yang kita butuhkan untuk menuliskan nama para penemu yang berasal dari perguruan tinggi.

Kemudian peran pembaharu ini kelak akan dijalankan oleh mahasiswa ketika ia terjun ke dalam lingkungan masyarakat, menuntut mahasiswa untuk melatih dirinya sebagai pembaharu. Mahasiswa dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap berbagai hal yang membutuhkan pembaruan dan perbaikan di berbagai bidang. Kepekaan itu harus dilatih sejak awal ia masuk ke perguruan tinggi.

Peran mahasiswa sebagai calon pembaharuan berkaitan erat dengan perannya sebagai calon cendekiawan. Sebagai calon cendekiawan, mahasiswa harus melatih kepekaannya sedemikian rupa sehingga pada saat terjun ke masyarakat, mahasiswa siap menjalankan perannya sebagai cendekiawan. Kelak, sebagai seorang cendekiawan, mahasiswa dituntut menyumbangkan pemikiran untuk melakukan berbagai perbaikan. Kaum cendekiawan adalah mereka yang berperan sebagai pihak yang memberi petunjuk dan memberi pimpinan kepada perkembangan hidup kemasyarakatan dan bukannya malahan menyerahkan diri kepada golongan yang berkuasa yang memperjuangkan kepentingan mereka masing-masing.

Selain sebagai calon pembaharu dan cendekiawan, mahasiswa juga nantinya diharapkan akan menjadi penyangga keberlangsungan hidup masyarakatnya. Setelah lulus, mahasiswa dituntut untuk terus meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat. Mahasiswa dituntut untuk dapat mengaplikasikan ilmunya agar menghasilkan produk-produk yang bermanfaat bagi orang banyak.

Di dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan definisi mahasiswa sebagai calon pembaharu, calon cendekiawan dan calon penyangga keberlangsungan hidup masyarakat. Tiga hal itu menjadi tujuan yang akan dicapai oleh mahasiswa melalui perguruan tinggi, merupakan dasar bagi penentuan kualitas-kualitas psikologis apa yang seharusnya dimiliki oleh mahasiswa. Tujuan-tujuan itu juga menjadi dasar pertimbangan bagi penentuan kegiatan-kegiatan apa saja yang sebaiknya dilakukan oleh mahasiswa.

2.1.8 Teori Imitasi

Dalam mengkaji teori imitasi ini, peneliti banyak menggunakan pandangan seorang sosiolog dan kriminolog juga yang sering disebut sebagai bapak psikologi sosial, Gabriel Tarde.

Secara umum, imitasi adalah proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan, gaya hidupnya, bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain. Menurut pendapat Gabriel Tarde dalam Buku Gerungan yang berjudul "Psikologi Sosial", seluruh kehidupan sosial itu sebenarnya berdasarkan faktor imitasi saja. Masyarakat itu tiada lain terdiri dari pengelompokkan manusia, dimana individu-individu yang satu mengimitasi yang lain, dan sebaliknya. Menurutnya, kehidupan manusia itu ditentukan oleh dua macam kejadian utama. Pertama, timbulnya gagasan-gagasan baru yang dirumuskan oleh individu yang berbakat tinggi, dan yang

kedua proses-proses imitasi dari gagasan-gagasan tersebut oleh orang banyak. Faktor imitasi itu sudah berlangsung sejak kita kecil dan dimulai dari lingkungan keluarga. Dari lingkungan keluarga proses imitasi ini terus berkembang kepada lingkungan yang lebih luas lagi, mulai dari lingkungan tetangga sampai kepada lingkungan masyarakat lainnya. Hal-hal yang didapat dari proses imitasi bisa meliputi : cara berbicara, cara bertingkah laku, cara berpakaian, termasuk adat istiadat dan konvensi-konvensi lainnya, sehingga dapat terbentuk tradisi yang dapat bertahan berabad-abad lamanya. Imitasi dapat mendorong individu atau kelompok untuk melaksanakan perbuatan-perbuatan yang baik. Selanjutnya, apabila seseorang telah dididik dalam suatu tradisi tertentu yang melingkupi segala situasi sosial, maka orang itu memiliki suatu kerangka cara-cara tingkah laku dan sikap-sikap moral yang dapat menjadi "pokok pangkal" untuk memperluas perkembangannya dengan positif.

Peranan faktor imitasi dalam interaksi sosial ini juga mempunyai segi-segi yang negatif, yaitu apabila hal-hal yang diimitasi itu mungkinlah salah ataupun secara moral dan yuridis harus ditolak. Selain itu, adanya peranan imitasi dalam interaksi sosial dapat memajukan kebiasaan malas berpikir kritis pada individu manusia, yang dapat "mendangkalkan" kehidupannya.

Sebelum orang mengimitasi suatu hal, terlebih dahulu haruslah terpenuhi beberapa syarat, yaitu :

1. Minat perhatian yang cukup besar akan hal tersebut,
2. Sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal–hal yang diimitasi, dan berikutnya dapat pula suatu syarat lainnya,
3. Dapat juga orang-orang mengimitasi suatu pandangan atau tingkah laku, karena hal itu mempunyai penghargaan sosial yang tinggi. Jadi, seseorang mungkin mengimitasi sesuatu karena ia ingin memperoleh penghargaan sosial di dalam lingkungannya (Gabriel Tarde dalam buku Gerungan "*Psikologi Sosial*", 1991 : 60).

Sedangkan tahap-tahap terjadinya imitasi adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi

   Yaitu upaya yang dilakukan oleh seorang individu untuk menjadi sama dengan individu lain yang ditiru. Proses identifikasi tidak hanya terjadi melalui serangkaian proses peniruan pola perilaku saja, akan tetapi juga melalui proses kejiwaan yang sangat dalam.

2. Sugesti

   Yaitu rangsang, pengaruh atau stimulus yang diberikan seorang individu kepada individu lain sedemikian rupa sehingga orang yang

diberi sugesti tersebut menuruti atau melaksanakan apa yang disugestikan itu tanpa berpikir lagi secara kritis dan rasional.

3. Motivasi

Yaitu dorongan, rangsangan, pengaruh atau stimulus yang diberikan seorang individu kepada individu lain sedemikian rupa sehingga orang yang diberi motivasi tersebut menuruti atau melaksanakan apa yang dimotivasikan secara kritis, rasional, dan penuh rasa tanggung jawab.

4. Simpati

Yaitu proses kejiwaan yang didasarkan pada perasaan tertarik karena sesuatu hal. Seperti sikap, penampilan, wibawa dan perbuatan yang sedemikian rupa lainnya.

5. Empati

Pada tahap ini hampir "mirip" dengan perasaan simpati, hanya saja tidak "semata-mata" perasaan kejiwaan saja tetapi "dibarengi" dengan perasaan organisme tubuh yang sangat dalam.

Proses imitasi akan mengarah pada hal-hal yang bersifat positif maupun negatif. Apabila mengarah pada hal-hal yang bersifat positif maka akan berdampak positif, seperti kondisi masyarakat yang bertambah stabil dan harmonis, sehingga akan menciptakan keselarasan dan keteraturan sosial.

Tetapi sebaliknya, apabila proses imitasi ini mengarah kepada hal-hal yang bersifat negatif dampaknya akan negatif pula, sehingga akan banyak menimbulkan penyimpangan sosial yang melemahkan sendi-sendi kehidupan sosial. Seperti pemakaian *behel* gigi sebagai ajang gaya hidup merupakan hal yang salah.

Agar proses imitasi tidak mengarah pada hal-hal yang bersifat negatif maka diharapkan adanya kondisi masyarakat yang menumbuh kembangkan sistem nilai dan norma yang menunjang sendi-sendi kehidupan masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Behel merupakan salah satu bentuk dari komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata, karena komunikasi nonverbal lebih menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya,

simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, Pesan 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 (Dedi Mulyana, 2000 : 308).

Lary A. Samovar dan Richard E. Porter mengklafikasikan pesan-pesan non verbal kedalam 2 kategori utama, yaitu:

1. Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan, dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa.
2. Ruang, waktu, dan diam.

Salah satu jenis komunikasi yaitu pesan komunikasi non verbal disebut dengan bahasa tubuh begitu halnya dengan pengguna *behel* gigi. Komunikasi non verbal adalah penyampaian pesan tanpa kata-kata dan pesan komunikasi non verbal memberikan arti pada komunikasi verbal.

Menurut Devito dalam bukunya *"The Interpersonal Communication Book".* (Devito, 1989 : 4), sebagai: "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (Devito, dalam Effendy, 1984 : 4).

Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitian ini pada gaya hidup pengguna *behel* gigi pada kalangan mahasiswa di kota Bandung.

Gaya hidup menurut Kotler (2002 : 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002:282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Suratno dan Rismiati (2001 : 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Berdasarkan dari berbagai definisi diatas mengenai gaya hidup tersebut, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan (aktivitas), (minat) dan pendapatnya (opini) dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Definisi ini dijadikan landasan dasar pemikiran karena peneliti berusaha untuk menemukan sub fokus yang diteliti. Peneliti menekankan pada sub fokus yang terdapat dalam gaya hidup yaitu : **Aktivitas**, **Minat** dan **Opini**. Maka peneliti menetapkan sub fokus untuk menganalisis fokus penelitian sebagai berikut :

1. Aktivitas yaitu proses untuk menjalankan atau berpartisipasi dalam berdasarkan yang hidup. Aktivitas juga bisa diartikan juga sebagai suatu kegiatan dimana seseorang melakukan suatu proses untuk menjalani kehidupannya. Menurut Sriyono aktivitas adalah segala kegiatan yang dilaksanakan baik secara jasmani atau rohani. Aktivitas individu selama proses belajar mengajar merupakan salah satu indikator adanya keinginan individu untuk belajar. Aktivitas individu merupakan kegiatan atau perilaku yang terjadi selama proses belajar mengajar. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan yang mengarah pada proses belajar seperti bertanya, mengajukan pendapat, mengerjakan tugas-tugas, dapat bekerjasama dengan individu lain, serta tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.[1]

2. Minat adalah suatu perhatian khusus terhadap suatu hal tertentu yang tercipta dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

Sesuai pendapat yang dikemukakan Hurlock (1990 : 144), "bahwa semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan maka semakin kuatlah ia". Minat dapat menjadi sebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang akan diperoleh. Minat adalah suatu pemusatan perhatian secara tidak sengaja yang

[1] http://ipotes.wordpress.com/2008/05/24/prestasi-belajar

terlahir dengan penuh kemauan, rasa ketertarikan, keinginan, dan kesenangan (Natawijaya, 1978 : 94)

Menurut Soesilowindradini dalam Bukunya Tuharjo (1989:13), gaya hidup adalah "suatu kegiatan yang dilakukan tidak sesuai minat akan menghasilkan prestasi yang kurang menyenangkan". Dapat dikatakan bahwa dengan terpenuhinya minat seseorang akan mendapatkan kesenangan dan kepuasan batin yang dapat menimbulkan motivasi. Purnama (1994:15) menjabarkan karakteristik individu yang memiliki minat tinggi terhadap sesuatu yaitu : adanya perhatian yang besar, memiliki harapan yang tinggi, berorientasi pada keberhasilan, mempunyai kebangggaan, kesediaan untuk berusaha dan mempunyai pertimbangan yang positif. Pendapat tersebut tidak jauh berbeda dengan pendapat Slameto dalam Tomi Darmawan, 2007 yang menyatakan "bahwa minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, minat pada hakekatnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya, semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya".

Suyanto (1969 : 9) memandang minat sebagai pemusatan perhatian yang tidak sengaja yag terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan. Utami dan Fauzan dalam "Tomi Darmawan, 2007" memandang minat sebagai kecenderungan yang relatif menetap sebagai bagian diri seseorang, untuk tertarik dan menekuni bidang-bidang tertentu.

Winkel (1987 : 105) menyatakan "bahwa minat merupakan suatu kecenderungan subjek yang menetap untuk merasa tertarik pada bidang studi tertentu dan merasa senang untuk mempelajari materi itu". Dari berbagai pendapat tersebut dapat ditemukan adanya beberapa unsur pokok dalam pengertian minat, yaitu adanya perhatian, daya dorong tiap-tiap individu dan kesenangan.

3. Opini adalah respon yang diberikan seseorang yaitu komunikan kepada komunikator yang sebelumnya telah memberi stimulus berupa pertanyaan.(Effendy,1990 : 87)

Sedangkan menurut William Albig dalam buku *Public Relations* yang dikutip oleh Sunarjo, opini merupakan "expressed statement" yang bisa diucapkan dengan kata-kata, bisa juga dinyatakan dengan isyarat atau dengan cara-cara lain yang mengandung arti dan segera dapat dipahami maksudnya. Pendapat lain mengatakan bahwa : "Opini merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau issue ataupun jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis ataupun lisan". (Sunarjo, 1997 : 82)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang didalamnya memakai teori imitasi, dimana teori imitasi akan mengarah pada hal-hal yang bersifat positif maupun negatif dari komunikan. Apabila mengarah pada hal-hal yang bersifat positif maka akan berdampak positif, seperti adanya kesenangan dari komunikan kepada komunikator (pengguna

behel), akan *behel* gigi yang dipakainya tersebut hanya sebagai ajang gaya-gayaan. Tetapi sebaliknya, apabila proses imitasi ini mengarah kepada hal-hal yang bersifat negatif dampaknya akan negatif pula, sehingga akan banyak menimbulkan persepsi yang jelek kepada komunikatornya.

Teori tersebut digunakan untuk mendasari dasar dari pemikiran peneliti, teori-teori yang ada dan dijadikan sebagai panduan agar peneliti dapat lebih terarah dan fokus dalam pembahasan penelitian, yakni mengenai aktivitas, minat dan opini para pengguna *behel* gigi di kalangan mahasiswa Kota Bandung.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual ini, peneliti mengaplikasikan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan di lapangan tentang fenomena gaya hidup pengguna *behel* gigi pada kalangan mahasiswa di kota Bandung. Berbicara mengenai *behel* gigi mungkin sudah tidak asing lagi bagi kita semua, benda yang satu ini dikenal sebagai alat perapih gigi yang modern. Tetapi dengan berkembangnya jaman, *behel* dijadikan sebagai ajang penunjang penampilan. Hal ini memang wajar terjadi dikarenakan setiap hal yang dianggap baru dan menarik perhatian sangat cepat untuk berkembang.

Fenomena *behel* gigi yang masih mengandung berbagai pertentangan pandangan, menjadi hal yang sangat menarik bagi peneliti untuk mengkaji bagaimana gaya hidup pengguna *behel* gigi dalam bentuk kepercayaan diri

dan mengelola diri dalam setiap proses komunikasi dan interaksi yang tidak terelakan baik dalam intra maupun ekstra komunikasi mereka. Fenomena tersebut tidak lepas dari berbagai proses seperti proses komunikasi non-verbal melalui *fashion style* atau *lifestyle* mereka sebagai bentuk dari pengaktualisasian dan eksistensi diri bagi pengguna *behel* gigi tersebut yang sangat mengikuti perkembangan jaman.

Pada kerangka konseptual, peneliti akan menerapkan faktor gaya hidup menurut Kotler dalam aplikasinya melingkupi secara keseluruhan dari program ke dalam masalah penelitian yaitu Fenomena Gaya Hidup Pengguna *Behel* Gigi Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Bandung, yang merupakan konsep dasar dari penelitian ini. Seperti yang telah dijabarkan diatas mengenai Aktivitas, Minat dan Opini maka peneliti akan mengaitkan hal tersebut dengan konsep judul yang telah dibuat yaitu :

1. **Aktivitas**

   Aktivitas dalam ini adalah segala bentuk kegiatan yang rutin dilakukan oleh pengguna *behel* gigi. Sebagai pengguna *behel* gigi harus lebih memperhatikan kesehatan atau perawatan giginya, 2 minggu sekali harus cek ke dokter gigi. Dan menggosok gigi harus dengan sikat gigi yang bertekstur lentur agar sikat tersebut bisa masuk ke selah-selah yang sulit di bersihkan. Serta makanannya harus dijaga, jangan memakan-makanan yang keras-keras. Baik

untuk pemakaian *behel* gigi sebagai kesehatan maupun hanya sebagai ajang trend.

2. Minat

Minat yang dimaksud disini adalah adanya rasa ketertarikan bagi pengguna *behel* gigi yang mereka jadikan sebagai ajang trend atau gaya-gayaan, karena selain sebagai ajang trend pengunaan *behel*-pun bisa menaikkan dan meningkatkan status sosial seseorang dalam lingkungan sosialnya. Dan mepunyai perasaan yang berbeda dengan orang yang tidak memakai *behel* gigi.

3. Opini

Dalam hal ini opini merupakan bagian dari berbagai macam spekulasi pro dan kontra. Penggunaan *behel* gigi sebagai gaya-gayaan ini menimbulkan pengaruh positif dan juga negatif dari masyarakat yang melihatnya. Dimana jika dilihat dari segi positif, dapat mendapatkan suatu identitas, disini peneliti melihat dari sudut pandang gaya hidup yang termasuk kedalam gaya-gaya warna-warni karet *behel* akan membuat menjadi lebih kreatif dan lebih variatif dalam menciptakan suatu pribadi yang unik, dan

apabila dipandang dari segi negatifnya dimana dengan berkembangnya zaman *behel* gigi menjadi ajang gaya-gayaan dan sudah disalah artikan oleh penggunanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menekankan bahwa keinginan tiap individu dipengaruhi oleh adanya aktivitas, minat dan opini yang secara tidak langsung membuat individu mau tidak mau mengikuti hasrat keinginan mereka untuk menyampaikan tentang eksistensinya dalam suatu lingkungan masyarakat yang secara tidak langsung menaikan status sosialnya di dalam masyarakat itu sendiri, dan memunculkan spekulasi positif dan negatif terhadap para penggunanya yang notabenanya sasaranya ialah mahasiswa.

Dari komponen diatas dapat diaplikasikan oleh peneliti pada gambar di bawah ini agar lebih jelas mengenai proses terjadinya fenomena yang terdapat dalam penggunaan *behel* gigi sebagai gaya hidup seperti bagan dibawah ini :

Gambar 2.1

Alur Pemikiran Peneliti

