BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai fokus yang sama yaitu tentang persepsi dan eksistensi. Peneliti dapat melihat dan mencarinya melalui penelusuran data *online* (*internet searching*), dan membaca keterangannya di abstrak. Berikut judul penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun Uraian	Nijam Zakhrifa	Ria Fathya Luqman	Donny Ramdhany
		2013	2013	2014
1	Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
2	Judul Penelitian	Eksistensi Komunitas Cosplay Shinsen Gumi di Kota Bandung (Studi Deskriptif mengenai Eksistensi Komunitas Cosplay Shinsen Gumi di Kota Bandung)	Persepsi masyarakat mengenai muatan komunikasi pada poster film musikal Indonesia.	Eksistensi diri drummer indie di Kota Bandung (studi deskriptif mengenai eksistensi diri drummer indie di Kota Bandung)

No	Nama/Uraian	Nijam Zakhrifa	Ria Fathya Luqman	Donny Ramdhany
		2013	2013	2014
3	**Tujuan Penelitian**	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Eksistensi Komunitas Cosplay Shinsen-Gumi di Kota Bandung. Eksistensi merupakan sebuah identitas dengan konteks komunikasi kelompok. Untuk menjawab masalah diatas, maka diangkat sub fokus-sub fokus penelitian berikut ini : Kemampuan komunitas, perkembangan komunitas dan Pencitraan komunitas cosplay Shinsen-Gumi.	Penelitian ini di latar belakangi oleh ketertarikan peneliti pada Poster film merupakan salah satu media promosi sebuah film, juga suatu gambaran dari filmnya.	Penelitian ini di latar belakangi oleh ketertarikan peneliti pada Kegiatan yang dilakukan oleh para Drummer Indie ini semata-mata bertujuan untuk menunjukan eksistensi mereka, yang juga ada didalam kehidupan masyarakat dan ingin mendapatkan kegembiraan dengan cara mereka sendiri
4	**Metode Penelitian**	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif	Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode analisis wacana	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.
5	**Hasil Penelitian**	Kemampuan komunitas cosplay Shinsen-Gumi berawal dari sebuah hobi dan didorong oleh keinginan kuat serta imajinasi yang tinggi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 7 dari 12 objek wacana pada poster film musikal Ambilkan Bulan memunculkan persepsi yang berbeda dari maksud yang sebenarnya.	Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (depth Interview), observasi dan dokumentasi.

No	Nama/Uraian	Nijam Zakhrifa	Ria Fathya Luqman	Ria Fathya Luqman
		2013	2013	2014
6	**Kesimpulan**	Kesimpulan eksistensi yang hendak dibentuk oleh komunitas cosplay Shinsen-Gumi berawal dari kemampuan para anggotanya untuk mempresentasikan diri.	Kesimpulkan bahwa poster film musikal yang tidak menampilkan unsur visual musik, lebih menampilkan isi cerita film didalam poster filmnya. Kemudian, poster film musikal yang tidak dominan menampilkan unsur visual musik, dapat membentuk persepsi lain terhadap masyarakat yang melihat poster film tersebut sebagai poster film dengan *genre* bukan musikal.	Kesimpulkan bahwa perkembangan para drummer indie di Kota Bandung sangat baik dimana info–info mengenai indie yang mudah di dapat oleh para drummer di media internet, hal itu bisa memotivasi mereka untuk terus berkarya jauh lebih baik dan mampu menjalin komunikasi baik pada para drummer indie lainya dan juga berkomunikasi dengan masyarakat.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi selalu kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi ini merupakan kebutuhan yang paling mendasar dari manusia. Dari sejak lahir bahkan hingga kita meninggal dunia kita selalu berkomunikasi.

Dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi menjelaskan tentang komunikasi, yaitu :

> "Komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicare*" yang berarti "berbicara", bermusyawarah, berpidato, bercakap-cakap dan berkonsultasi satu sama lain. Kata itu juga dekat dengan "*communitas*" (bahasa Latin) yang "tidak hanya berarti komuniti tapi juga persahabatan dan keadilan dalam pergaulan dan kehidupan antar manusia." (Mulyana, 2005:2)

Dengan komunikasi kita diartikan segala cara untuk menarik perhatian. Kita berkomunikasi dengan ekspresi, wajah, sikap, dengan sentuhan, gambar-gambar, tanda-tanda visual, dengan musik dan tarian, dengan lambang-lambang ilmiah serta paling penting dan menentukan peradaban manusia yaitu dengan kata-kata (bahasa).

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Berdasarkan Buku Ilmu Komunikasi Teori & Praktik terdapat beberapa definisi komunikasi. Dengan demikian komunikasi yang dikutip dari Rogers Everett M & Kincaid Lawrence menyatakan :

> "Bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam" (Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid 1981:18)
> Dan menurut *Berelson dan Steiner* (1964), komunikasi adalah "Proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui pengggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainnya".

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan diatas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud

komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi diatas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Membangun atau mennciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

A. Perubahan sikap (*attitude change*)

Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

B. Perubahan pendapat (*opinion change*)

Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

C. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah perlaku maupun tindakan seseorang.

D. Perubahan sosial (*social change*)

Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna yang merupakan isyarat. (Effendy, 1989:63-64) Pendapat lain tentang proses komunikasi adalah dari Cultip dan Center yang menjelaskan tentang tahapan proses komunikasi, yaitu:

a. *Fact finding*, adalah mencari dan mengumpulkan fakta yang dapat digunakan sebagai data atau informasi untuk melakukan kegiatan komunikasi.
b. *Planning*, suatu upaya perencanaan atau membuat rencana tentang beberapa hal, baik tentang isi pesan yang akan disampaikan, cara mengkomunikasikannya, dan sebagainya

c. *Communicating*, adalah kegiatan berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal, baik bermedia maupun secara tatap muka (langsung).

d. *Evaluation*, suatu upaya mengevaluasi, menilai dan menganalisis kembali kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, sedang dilakukan maupun sebagai evaluasi untuk kegiatan komunikasi berikutnya. Proses evaluasi ini juga dapat berlangsung meski kegiatan komunikasi itu sendiri sedang berlangsung. (Rosmawaty, 2010: 23-24)

2.1.2.4 Komponen-Komponen Komunikasi

A. *Communicator* (Komunikator)

Yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Komunikator akan menyandi *(encode)* pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, ini berarti ia memformulasikan pikiran dan perasaannya kedalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Komunikator yang baik adalah orang yang selalu memperhatikan umpan balik sehingga ia dapat segera mengubah gaya komunikasinya dikala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif.

B. *Message* (Pesan)

Yaitu pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Penyampaian pesan dapat dilakukan secara verbal yakni dengan menggunakan bahasa dan secara non verbal

yakni dengan menggunakan alat, isyarat, gambar atau warna untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

C. *Channel* (Media)

Yaitu saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

D. *Communicant, Communicate, Receiver, Recipient* (Komunikan)

Yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan akan memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh komunikator. Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif.

E. *Effect, Impact, Influence* (Efek)

Yaitu tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator terhadap isi pesan, yang dapat menimbulkan reaksi dari kedua belah pihak.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Dalam kehidupan nyata mungkin ada yang menyampaikan pesan/ide, ada yang menerima atau mendengarkan pesan, ada pesan itu

sendiri, ada media dan tentu ada respon berupa tanggapan terhadap pesan. Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan-kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan.

Fungsi komunikasi :

A. Membangun konsep diri *(Estabilishing Self-Concept)*

B. Eksistensi Diri *(Self Existence)*

C. Kelangsungan Hidup *(Live Concinuity)*

D. Memperoleh Kebahagiaan *(Obtaining Happiness)*

E. Terhindar dari tekanan dan ketegangan *(Free from pressure and stress).*

2.1.2.6 Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal *(verbal communicaton)*
   a. komunikasi lisan
   b. komunikasi tulisan
2. Komunikasi nonverbal *(nonverbal communication)*
   a. kial *(gestural)*
   b. gambar *(pictorial)*
3. Tatap muka *(face to face)*
4. Bermedia *(mediated)* (Mulyana, 2000: 237)

2.1.2.7 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan *(level),* dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta

komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

1. Komunikasi Intrapribadi *(Intrapersonal Communication)*

   Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)*

   Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya kelurga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya.Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum *(public)*, misalnya *auditorium*, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih

besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik).(Mulyana, 2003 : 72-75)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya 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. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya

komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu umtuk mencapai tujuan kelompok.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah merapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.(Mulyana, 2005).

2.1.3.1 Faktor-faktor Pembentuk Komunikasi Kelompok

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya komunikasu Kelompok adalah kumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Atau dengan kata lain, kelompok adalah kumpulan orang yang saling berinteraksi, interdependen (saling tergantung antara satu dengan yang lainnya), dan berada bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama. Dua faktor utama yang mengarahkan pilihan tersebut adalah kedekatan dan kesamaan.

a. Keadaan

Pengaruh tingkat kedekatan, atau kedekatan geografis, terhadap keterlibatan seseorang dalam sebuah kelompok tidak bisa diukur. Kita membentuk kelompok bermain dengan orang-orang di sekitar kita. Kita bergabung dengan kelompok kegiatan sosial lokal. Kelompok tersusun atas individu-individu yang saling berinteraksi. Semakin dekat jarak geografis antara dua orang, semakin mungkin mereka saling melihat, berbicara, dan bersosialisasi. Singkatnya, kedekatan fisik meningkatkan peluang interaksi dan bentuk kegiatan bersama yang memungkinkan terbentuknya kelompok sosial. Jadi, kedekatan menumbuhkan interaksi, yang memainkan peran penting terhadap terbentuknya kelompok pertemanan.

b. Kebersamaan.

Pembentukan kelompok tidak hanya tergantung pada kedekatan fisik, tetapi juga kesamaan diantara anggota-anggotanya. Sudah menjadi kebiasaan, orang lebih suka berhubungan dengan orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan minat, kepercayaan, nilai, usia, tingkat intelejensi, dan karakter-karakter personal lain. Kesamaan juga merupakan faktor utama dalam memilih calon pasangan untuk membentuk kelompok yang disebut keluarga.

2.1.3.2 Jenis-jenis Komunikasi Kelompok

1. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil (*small/micro group communication*) adalah komunikasi yang:

a. Ditujukan kepada kognisi komunikan.

b. Prosesnya berlangsung secara dialogis.

Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lain. Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting . komunikan akan menilai logis tidaknya uraian komunikator.

Cara yang kedua dari komunikasi kelompok kecil ialah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linear, melainkan sirkular, umpan balik secara verbal. Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika kita tidak mengerti. Dapat menyanggah bila tidak setuju dan lain sebagainya.

Dalam kehidupan sehari-hari begitu banyak jenis komunikasi kelompok kecil, antara lain, seperti telah d singgung di atas : rapat (rapat kerja rapat pimpinann, rapat mingguan), kuliah, ceramah, brifing, penataran, loka karya, diskusi panel, forum, symposium, seminar, konferensi, kongres.curah saran(*brainstorming*).

2. Komunikasi kelompok besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar (*large/marco group communication*) adalah komunikasi yang:

a. Ditujukan kepada seleksi komunikan

b. Prosesnya berlangsung secara linear

Pesan yang di sampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditunjukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau pada perasaanya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa sebiah lapangan. Jika komunikan pada komunikasi kelompok kecil umunya bersifat homogeny (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminya, sama pendidikanya, sama status sosialnya), maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umunya bersifat heterogen ; mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin , usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya.

Proses komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang seperti telah diterangkan tadi berlangsung secara sirkular. Dialogis, bertanya jawab. Dalam pidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi

dialog antara seorang orator dengan salah seorang dari khalayak massa.

2.1.3.3 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi,pemecahan masalah dan pembuatan keputusan dan fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk pembuatan kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.
2. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Namun demikian, fungsi pendidikan dalam kelompok akan sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, bergantung pada tiga faktor, yaitu jumlah informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok serta frekuensi interaksi di antara para anggota kelompok.

Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompk membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan msing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

3. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya mempersuasikan anggota lainnyasupaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.
4. Fungsi kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya; sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*), berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahn masalah menghasilkan materi atau bahan untuk pembuatan keputusan.
5. Terapi adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap

individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus. Contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkotika, kelompok perokok berat dan sebagainya.Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi dikenal dengan nama pengungkapan ciri (*selfdisclosure*). Artinya, dalam suasana yang. mendukung, setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar anggota dalam diskusi yangdilakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi terapi yang akan mengaturnya.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Intrapersonal

Dijelaskan oleh Joseph A. Devito (1997), komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung. Sedangkan menurut Effendy seperti yang dikutip oleh Rosmawaty (2010) mengatakan bahwa komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri. Dia berdialog dengan dirinya sendiri. Dia bertanya dengan dirinya sendiri dan dijawab oleh dirinya sendiri. Selanjutnya Rakhmat seperti dikutip oleh

Rosmawaty (2010) mengatakan komunikasi intrapersonal adalah suatu proses pengolahan informasi, meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Dari konsep tentang komunikasi intrapersonal dari beberapa ahli komunikasi penulis mensintesakan bahwa komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri meliputi proses sensasi, asosiasi, persepsi memori dan berpikir dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung. Dalam komunikasi intrapersonal, seorang komunikator (*encoder*) melakukan proses komunikasi intrapersonal dengan menggunakan seluruh energi yang dimilikinya agar pesan yang akan disampaikan kepada komunikan (*decoder*) dapat diterima dengan jelas, dan komunikan pun dapat melakukan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan tersebut.

1. Sensasi

   Sensasi adalah proses pencerapan informasi (*energy/stimulus*) yang datang dari luar melalui panca indra. Sebagai contoh: Ketika kita sedang mendengarkan permasalahan yang disampaikan oleh seseorang. Di sini terjadi proses pencerapan informasi dengan melalui indera pendengaran.

2. Asosiasi

   Asosiasi adalah pengalaman dan kepribadian yang mempengaruhi proses sensasi.

3. Persepsi

   Persepsi adalah pemaknaan/arti terhadap informasi (*energy/stimulus*) yang masuk ke dalam kognisi manusia. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan

informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi adalah bagian dari persepsi.

4. Memori

   Memori adalah stimuli yang telah diberi makna, direkam, dan kemudian disimpan dalam otak manusia. Secara singkat memori meliputi 3 proses, yaitu:

   a. Perekaman (*encoding*) yaitu pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkuit syaraf internal.
   b. Penyimpanan (*storage*) yang menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa, dan di mana. Penyimpanan bisa bersifat aktif atau pasif.
   c. Pemanggilan (*retrieval*), yang dalam sehari-hari disebut mengingat kembali adalah menggunakan informasi yang disimpan.

5. Berpikir

   Berpikir adalah akumulasi dari proses sensasi, asosiasi, persepsi, dan memori yang dikeluarkan untuk mengambil keputusan. Selain itu berpikir juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*) dan menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*).

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa

organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Soenarno (2002), Definisi Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

> Pengertian Komunitas Menurut Kertajaya Hermawan (2008), adalah "Sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values".

Dengan demikian suatu komunitas merupakan suatu kelompok sosial yang dapat dinyatakan sebagai "masyarakat setempat", suatu kelompok yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas tertentu pula, dimana kelompok itu dapat memenuhi kebutuhan hidup dan dilingkupi oleh perasaan kelompok serta interaksi yang lebih besar di antara para anggotanya. Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.

Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. (Wenger, 2002: 4). Menurut Crow dan Allan, Komunitas dapat terbagi menjadi 2 komponen:

1. Berdasarkan Lokasi atau Tempat Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis

2. Berdasarkan Minat Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan kelainan seksual.

Proses pembentukannya bersifat horisontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara. Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002). Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama, adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapainya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

Ada demikian banyak defenisi komunitas ditemukan dalam literatur. George Hillery Jr dikutip oleh Fredian Tonny mengidentifikasi sejumlah besar defenisi, kemudian menemukan bahwa kebanyakan defenisi tersebut memfokuskan makna komunitas sebagai:

1. *the common elements of area* (elemen umum daerah)
2. *common ties* (ikatan umum)
3. *social interaction* (interaksi sosial) (Tonny, 2003:23)

Komunitas yaitu yang menunjuk pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (geografis) dengan batas-batas tertentu dan faktor utama

yang menjadi dasar adalah interaksi yang lebih besar di antara anggotanya, dibanding dengan penduduk di luar batas wilayahnya. Soekanto (1990) Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama, dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. *Community* (masyarakat) merupakan bagian kelompok dari masyarakat (*society*) dalam lingkup yang lebih kecil, serta mereka lebih terkait oleh tempat (*territorial*)

Menurut Soerjono soekanto, istilah *community* dapat di terjemahkan sebagai "masyarakat setempat", istilah lain menunjukkan pada warga-warga sebuah kota, suku, atau suatu bangsa . Apabila anggota-anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar atupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tadi dapat disebut masyarakat setempat. Intinya mereka menjalin hubungan sosial *(social relationship*).

Dan dapat disimulkan bahwa masyarakat setempat (*community*) adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar-dasar dari masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan semasyarakat setempat (Efendi,ridwan.2009).

2.1.6 Tinjauan Tentang Masyarakat

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa

Arab *syaraka* yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi. Definisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat *continue,* dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu: 1) Interaksi antar warga-warganya, 2). Adat istiadat, 3) Kontinuitas waktu, 4) Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga (Koentjaraningrat, 2009: 115-118).

Semua warga masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, *Mac lver* dan *Page* (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), memaparkan :

> "Masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat, menurut Ralph Linton (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.
>
> Sedangkan masyarakat menurut Selo Soemardjan adalah :
>
> "Orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan. (Soerjono Soekanto, 2006: 22)
>
> Menurut *Emile Durkheim* dalam Soleman B. Taneko bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat sebagai sekumpulan

manusia didalamnya ada beberapa unsur yang mencakup. Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama;
2. Bercampur untuk waktu yang cukup lama;
3. Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan;
4. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama. (Taneko, 1984: 11)

Menurut *Emile Durkheim* (dalam Djuretnaa Imam Muhni, 1994: 29-31) keseluruhan ilmu pengetahuan tentang masyarakat harus didasari pada prinsip-prinsip fundamental yaitu realitas sosial dan kenyataan sosial. Kenyataan sosial diartikan sebagai gejala kekuatan sosial didalam bermasyarakat. Masyarakat sebagai wadah yang paling sempurna bagi kehidupan bersama antar manusia. Hukum adat memandang masyarakat sebagai suatu jenis hidup bersama dimana manusia memandang sesamanya manusia sebagai tujuan bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan yang lainnya (Soerjono Soekanto, 2006: 22). Beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan masyarakat memiliki arti ikut serta atau berpartisipasi, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *society*. Bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

2.1.7 Tinjauan Tentang Persepsi

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu, mata. Kita melihat pemandangan di sekitar kita. Kemudian, apa yang kita lihat tersebut, diproses di dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indahnya dunia beserta isinya.

Dalam hal membentuk suatu pesepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

2.1.7.1 Definisi Persepsi

Pada penjelasan sebelumnya, kita mengetahui bahwa persepsi merupkan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra. Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan saraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan oleh masing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

> “Proses persepsi tentu merupakan suatu proses yang tidak dapat berdiri dengan sendirinya. Proses pengindraan merupakan proses yang mendahului persepsi itu sendiri. Proses pengindraan terjdi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang

> mengenai dirinya melalui alat indra. Alat indra sendiri merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya". (Branca, 1994 dan Marquis, 1957)

Stimulus yang telah mengenai suatu individu kemudian diorganisasikan, dinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang diindranya itu. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi. Jadi, stimulus diterima oleh alat indra, kemudian mengalami suatu proses persepsi yang diindra tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpresentasikan (Davidoff, 1981). Disamping itu, menurut Maskowitz dan Orgel (1969) persepsi itu merupakan proses yang *intergrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya.

Maka, persepsi merupakan suatu proses penggorganisasian, penginterpretasian terhadap suatu stimulus, yang diterima oleh organisme atau indvidu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang intergrasi dalam diri individu. Sebagai sesuatu yang bersifat integrasi, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri seseorang atau individu akan ikut aktif berperan dalam persepsi tersebut.

Persepsi menurut Prof. Dr. Alo Liliweri dalam bukunya Komunikasi Serba Ada Serba Makna mendefinisikan persepsi sebagai berikut, yaitu :

1. Persepsi adalah proses menjadi sadar terhadap stimulus yang ada disekitar kita.
2. Persepsi merupakan proses neurologis ketika sensoris stimulus diterima, diketahui, dan diakui sebagai makna yang sederhana, persepsi juga merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menjelaskan control

sensoris terhadap sesuatu yang kompleks seperti perilaku yang dinferensi dari perilaku lain. Persesi merupakan suatu proses internal yang bersifat hipotesis yang mempunyai sifat yang tidak menentu, namun dapat dikendalikan oleh sebagian besar rangsangan dari luar (kadang-kadang dipengaruhi oleh variabel seperti kebiasaan dan dorongan).

Pengertian persepsi juga dijelaskan oleh para ahli sebagai berikut: "Persepsi adalah kemampuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan". (Wahab, 2005 : 89).

Persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi objek, orang, kejadian, situasi, dan kegiatan. Hal pertama yang harus diingat tentang definisi ini adalah bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merespon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam prosesnya, ketika orang menerima suatu pesan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberi makna pada suatu objek atau peristiwa.

Persepsi terdiri dari tiga proses: memilih, pengorgnisasian, dan interpretasi. Proses ini tumpang tindih dan berkesinambungan, sehingga mereka berbaur dan mempengaruhi satu sama lain. Mereka juga interaktif, sehingga masing-masing mempengaruhi satu sama lain. (Julia T. Wood, 2006 : 39-40).

> "Setiap individu akan memiliki kriterianya sendiri dalam menentukan terhadap apa mereka akan menarik perhatian mereka. Masing-masing individu akan memandang dunia berkaitan dengan apa yang mereka butuhkan, apa yang dinilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. (Alo Liliweri, 2011 : 153)

Persepsi membantu seseorang untuk menyadari, dan mengerti tentang keadaan lingkungannya dan juga tentang keadaan diri yang bersangkutan (Davidoff, 1981). Menyadari hal ini, kita sadar bahwa stimulus dapat datang dari mana pun. Artinya, stimulus dapat datang dari luar diri individu, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangutan. Sebagai contoh, apabila yang dipersepsikan dirinya sendiri, persepsi yang timbul disebut persepsi diri (*self-perception*).

2.1.8 Tinjauan Tentang Eksistensi

Eksistensi menurut penulis ada akan keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaanya khusunya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami perubahan dari masa sekarang sampai masa yang akan datang baik dari segi bahasa, perilaku, tindakan.

Dalam realitas kehidupan, manusia bukanlah sebuah cetakan yang sudah dan permanen. Tetapi, manusia akan menjalankan proses meraih eksistensinya dalam beberapa tahap. Kita sering kali melihat saudara-saudara kita bahkan diri kita sendiri jatuh bangun, turun naik, tawa tangis, pahit manis, sulit mudah bergantian singgah di kehidupan kita. Menurut Zaenal Abidin dalam bukunya "Filsafat Manusia":

> "Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu "menjadi" atau "mengada". Zaenal Abidin (2002:16)

Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere,* yang 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". Orang berkomunikasi untuk menunjukkan bahwa dirinya eksis, ini disebut sebagai aktualisasi diri atau lebih tepatnya lagi lebih kepada pernyataan eksistensi diri.

Setiap orang pasti menginginkan keberadaannya dapat diakui oleh dirinya meupun orang lain. Sama halnya dengan para komunitas Bandung *Death Metal* Sindikat, dimana mereka menginginkan diakui oleh orang lain tidak melihat keadaan mereka yang tidak sama dengan orang lain tapi dapat menerima mereka karena mereka pun adalah manusia yang patut untuk diakui keberadaanya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Ujungberung pada komunitas Bandung *Death Metal* sindikat dalam menunjukan eksistensinya.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pembahasan dalam berkomunikasi adalah adanya proses didalamnya. Makna proses ini memberikan pengertian bahwa adanya langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan arah komunikasi dan dengan cara apa komunikasi tersebut dilakukan. Proses komunikasi kemudian menjadi bagian yang termanisfestasi dalam proses komunikasi sebagai media interaksi. Karena

secara mendasar, proses komunikasi menjadi jawaban atas aplikasi komunikasi dan media yang digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi tersebut.

Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa

> "Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator)kepada orang lain (komunikan)" (Effendy, 1999: 11).

Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari hati.

Yang menjadi inti permasalahan ialah bagaimana caranya agar gambaran yang ingin disampaikan oleh komunikator itu dapat dimengerti, diterima dan bahkan dilakukan oleh komunikan. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). 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. Kedua

definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu umtuk mencapai tujuan kelompok.

Interaksi mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun non verbal dari setiap anggotanya. Dengan demikian, makna tatap muka tersebut berkaitan dengan adanya interaksi diantara semua anggota kelompok yang berkaitan dengan proses komunikasi.

Dikutip dari pendapat Onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

> "Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu" menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan."(Effendy,1999:11).
>
> Sedangkan Proses komunikasi sekunder yaitu proses penyampaian

pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1999: 16).

John R. Wenburg dan william W. Wilmot mendefinisikan persepsi sebagai suatu cara organisme memberi makna (Mulyana,2000 : 167).

Sejalan dengan itu sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana, Rudolph F. Verdeber mendefinisikan persepsi sebagai "proses penafsiran inderawi", begitupun juga dengan J. Cohen yang mendefinisikan persepsi sebagai "interpretasi bermakna atas sensasi sebagai refpresentatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana" (Mulyana, 2000: 167).

Persepsi interpersonal lahir dari persepsi sosial dimana kegiatan persepsi dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal atau biasa disebut dengan komunikasi antarpersonal, nilai-nilai kultural dan harapan-harapan yang dipelajari secara sosial.

Persepsi sosial dikatakan juga sebagai proses mempersepsi objek-objek dan peristiwa sosial. Sedangkan persepsi interpersonal merupakan kegiatan persepsi yang ditujukan kepada individu (manusia) dan bukan benda (Rakhmat, 1999;81)

Jalaludin Rakhmat mengemukakan ada empat perbedaan antara persepsi objek dengan persepsi interpersonal, yaitu:

1. Pada persepsi objek, stimuli ditangkap oleh alat indera kita melalui benda-benda fisik, seperti gelombang, cahaya, gelombang suara, temperatur, dan sebagainya, pada persepsi interpersonal stimuli sampai para individu melalui lambang-lambang verbal atau grafis yang disampaikan oleh pihak ketiga.
2. Pada persepsi objek, kita hanya menanggapi sifat-sifat luar objek itu, kita tidak meneliti sifat-sifat batiniah objek itu, sedangkan pada persepsi interpersonal individu mencoba memahami apa yang tidak tampak pada alat indera, dengan kata lain individu tidak hanya memahami tindakan itu saja akan tetapi motif tindakan itu sendiri.

3. Pada persepsi objek, tidak melibatkan reaksi emosional sedangkan pada persepsi interpersonal melibatkan reaksi emosional.
4. Pada persepsi objek, objek relatif tetap, sedangkan pada persepsi interpersonal individu sebagai objek cenderung berubah sehingga sulit untuk dipersepsi. (Rakhmat, 1999:81-82)

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya "Psikologi Komunikasi" mengemukakan faktor-faktor situasional dan faktor-faktor personal sebagai bentuk persepsi.

Faktor-faktor situasional pembentuk persepsi adalah:

1. Deskripsi Verbal

   Yaitu suatu gambaran mengenai individu yang diketahui dari pemberitaan pihak ketiga,yang dilukiskan secara gamblang.
2. Petunjuk Proksemik

   Yaitu jarak yang dibuat individu dalam hubungannya dengan orang lain yang menunjukan tingkat keakraban diantara keduanya
3. Petunjuk Kinesik

   Yaitu faktor yang mempengaruhi persepsi didasarkan pada gerakan individu atau bahasa tubuh.
4. Petunjuk Wajah

   Merupakan ekspresi emosi individu yang menimbulkan persepsi.
5. Petunjuk Paralinguistik

   Yaitu cara bagaimana individu mengucapkan lambang-lambang verbal (berbicara). Petunjuk ini meliputi cara pengucapan, intonasi suara,

gaya verbal (dialek) dan interaksi (perilaku ketika komunikasi dua arah).

6. Petunjuk Artifaktual

   Yaitu meliputi segala macam penampilan (*apperance*) seperti potongan rambut, pakaian, pangkat dan atribut lainnya.

Sedangkan faktor-faktor personal pembentuk persepsi adalah :

1. Pengalaman

   Pengalaman merupakan rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi. Pengalaman tidak selalu datang lewat proses belajar formal, tetapi dari keseharian yang tidak disengaja, pengalaman juga membantu individu untuk mempersepsi secara cermat

2. Motivasi

   Motivasi merupakan dorongan yang datang dari individu untuk mempersepsi sesuatu, motif yang datang dari diri merupakan kebutuhan hidup individu yang harus dipenuhi, seperti kebutuhan akan pengakuan, kebutuhan akan keadilan, dan sebagainya

3. Kepribadian

   Dalam psikoanalisis dikenal proyeksi, sebagai salah satu cara pertahan ego. Proyeksi adalah mengeksternalisasikan pengalan subyektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal, orang mengenakan pada orang lain sifat-sifatyang ada pada dirinya. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa individu yang banyak melakukan proyeksi

akan tidak cermat dalam menanggapi pesona stimuli, bahkan mengaburkan gambaran sebenarnya. (Rakhmat, 1999:82-91)

Bertolak dari uraian diatas, pendapat Jalaludin Rakhmat tentang faktor-faktor personal pembentuk persepsi, akan dijadikan sebagai sub focus untuk menganalisis fokus penelitian (persepsi). Sebagai sub focus literatur adalah **: Pengalaman, Motivasi** dan **Kepribadian**.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Bertolak dari kerangka pemikiran diatas, maka pada kerangka konseptual ini peneliti mencoba untuk mengaplikasikan sub fokus penelitian yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Pengalaman

   Pengalaman merupakan rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi oleh masyarakat. Pengalaman tidak selalu datang lewat proses belajar formal, tetapi dari keseharian yang tidak disengaja, pengalaman juga membantu masyarakat untuk mempersepsi secara cermat tentang komunitas Bandung *Death Metal* Sindikat

2. Motivasi

   Motivasi merupakan dorongan yang datang dari masyarakat untuk mempersepsi sesuatu, motif yang datang dari diri merupakan kebutuhan hidup individu yang harus dipenuhi, seperti kebutuhan akan pengakuan, kebutuhan akan keadilan, bagi komunitas Bandung *Death Metal* Sindikat.

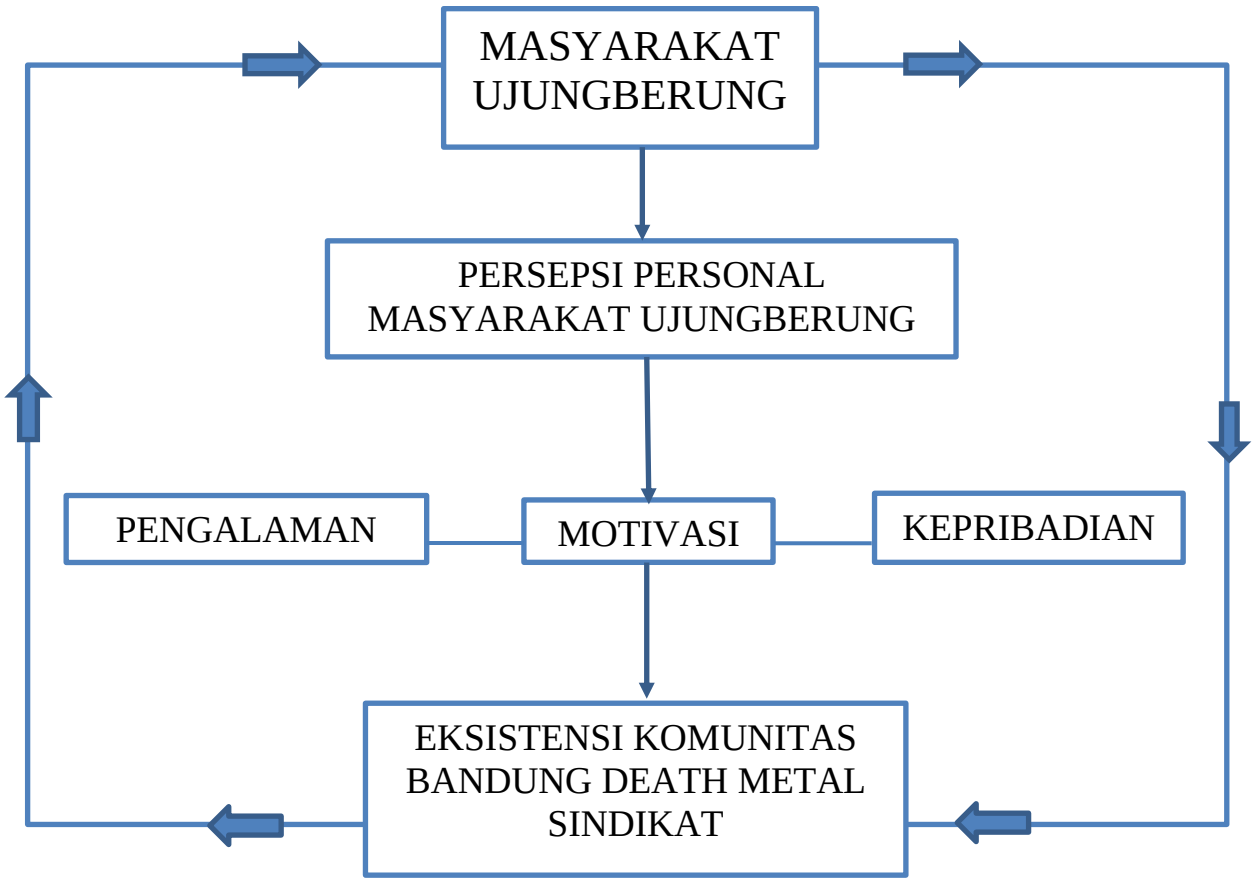
3. Kepribadian

Pada persepsi interpersonal, orang mengenakan pada orang lain sifat-sifat yang ada pada dirinya. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa masyarakat yang banyak melakukan proyeksi akan tidak cermat dalam menanggapi pesona stimuli, bahkan mengaburkan gambaran sebenarnya tentang komunitas Bandung *Death Metal* Sindikat

Jadi setiap manusia ingin keberadaannya diakui dan dihargai oleh orang lain, mereka harus melakukan interaksi atau melakukan komunikasi dengan orang lain. Dengan adanya komunitas tersebut manusia dapat bersosialisasi dengan orang lain dan diakui keberadaannya secara keseluruhan oleh orang lain. Sama halnya dengan komunitas Bandung *Death Metal* Sindikat yang menginginkan keberadaannya diakui dan tidak dianggap aneh oleh masyarakat dan dapat menerima keberadaan mereka secara utuh.

Gambar 2.1

Alur Model Kerangka Konseptual



Sumber : Aplikasi Peneliti, 2014