BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung pelengkap, pembanding dan member gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai perilaku komunikasi :

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun / Uraian	Rizky Apriansyah	Suardi	Gustian Nugroho
		2014	2014	2014
1	**Universitas**	Unikom	Unikom	Unikom
2	**Judul Penelitian**	PERILAKU KOMUNIKASI ORANG TUA DAN GURU DENGAN ANAK TUNAGRAHITA(Studi Kasus	PERILAKU KOMUNIKASI DALANG SANDIWARA (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku	PERILAKU KOMUNIKASI PEDAGANG DARI SUKU MINANG DI PASAR CIMOL GEDEBAGE

		Tentang Perilaku Komunikasi Orang Tua dan Guru Dalam Memotivasi Anak Tunagrahita Di SLB Bagian C Merpati Jakarta Pusat)	Komunikasi Dalang Sandiwara di Kecamatan Patrol Kabupaten Indramayu)	(Studi Fenomenologi Perilaku Komunkasi Pedagang Pasar Cimol Dari Suku Minang Dalam Menarik Pembeli di Pasar Cimol Gedebage Kota Bandung)
3	**Tujuan Penelitian**	Untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Orang Tua dan Guru Dalam Memotivasi Anak Tunagrahita di SLB Bagian C Merpati Jakarta Pusat.	Untuk mengetahui bagaimana Perilaku Komunikasi Dalang Sandiwara di Kecamatan Patrol Kabupaten Indramayu.	Untuk mengetahui Perilaku Komunkasi Pedagang Pasar Cimol Dari Suku Minang Dalam Menarik Pembeli di Pasar Cimol Gedebage Kota Bandung.
4	**Metode Penelitian**	Metode Kualitatif pendekatan Studi Kasus	Metode Kualitatif pendekatan fenomenologi	Metode Kualitatif pendekatan fenomenologi
5	**Hasil Penelitian**	Hasil penelitian, dalam perilaku komunikasi Orang Tua dan Guru Dalam Memotivasi Anak Tunagrahita di SLB Bagian C Merpati Jakarta Pusat. dimana terlihat komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa adat	Hasil penelitian, dalam perilaku komunikasi Dalang Sandiwara dalam memberikan alur cerita terhadap penonton, dimana terlihat komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa jawa dan bahasa Indonesia	Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku kom unikasi dilihat dari komunikasi verb al berupa penggunaan bahasa Indonesia, adanya salam atau sapaan saat sedang menarik minat pembeli, Â“Cari apa mba?, Silahkan lihat-lihat dulluÂ”. Komunikas i non verbal berupa bahasa tubuh berupa gerakan tangan dan gerakan badan, dan

		walaupun keduanya memiliki intensitas penggunaan yang berbeda dalam memotivasi. komunikasi non verbal berupa penggunaan gerakan tangan dan kepala serta ekspresi wajah dan kontak mata.	walaupun keduanya memiliki intensitas penggunaan yang berbeda. komunikasi non verbal berupa penggunaan gerakan tangan dan kepala serta ekspresi wajah dan kontak mata.	dilihat dari sikap dari pedagang tersebut karena salah satu factor dalam menarik minat pembeli, dan yang terakhir adanya motif yang menjadi alasan menjadi pedagang dan motif tujuan menjadi pedagang dalam membentuk perilaku komunikasi tersebut. Saran peneliti sebaiknya pedagang dari Suku Minang lebih menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, sedikit mempelajari bahasa Sunda bagi pedagang yang belum bisa berbahasa Sunda agar menciptakan komuni kasi yang lebih baik, memperhatikan penggunaan bahasa tubuh dan sikap saat sedang menarik minat pembeli dan saat memberikan pelayanan terhadap pembeli.

Sumber : Peneliti 2014

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Definisi Komunikasi

Sebagai mahluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi komunikasi, bahkan ketika manusia itu diam manusia itu sedang berkomunikasi, mengkomunikasikan keadaan perasaannya. Baik secara

sadar maupun tidak manusia pasti berkomunikasi, komunikasi pun dapat kita temukan di semua sendi – sendi kehidupan, dimana setiap proses interaksi antara manusia dengan manusia lain pasti terdapat komunikasi.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu social terapan, bukan ilmu social murni, ilmu komunikasi tidak bersifat absolut, sifat ilmu komunikasi dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak-tanduk perilaku manusia, sedangkan perilaku atau tingkah manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk perkembangan zaman.

Pengertian komunikasi berasal dari Bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan, pemberi bagian, pertukaran, ikut ambil bagian, pergaulan, peran serta, atau kerja sama. Asal katanya sendiri berasal dari kata *communis* yang berati *common* (bersifat umum, sama, atau bersama-sama). Sedangkan kata kerjanya *communicare* yang berati berdialog, berunding atau bermusyawarah. Berdasarkan Buku Mengenal Ilmu Komunikasi, komunikasi menurut Sir Geral Barry (2010:15) menyatakan:

> "Dengan komunikasi orang akan memperoleh informasi, pengetahuan, pengalaman, terbentuknya saling pengertian, berlangsungnya sebuah percakapan, keyakinan, kepercayaan, dan control juga sangat diperlukan"

Dan menurut Effendi (1993:28) menyatakan :

> "Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, dimana yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain, dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya"

Definisi komunikasi yang dikemukakan itu belum mewakili definisi-definisi yang dibuat oleh para ahli, karena komunikasi menyangkut banyak tahap sehingga sifatnya dinamis atau berkembang, karena itu sebuah kegiatan komunikasi disebut sebagai sebuah proses komunikasi.

Dari definisi yang telah dikemukakan tersebut kita sedikit memperoleh gambaran tentang komunikasi tersebut, bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan seperti mendapatkan informasi yang menggunakan bahasa sebagai alat bertukar informasi tersebut.

2.2.2 Komponen Komunikasi

A. *Communicator* (Komunikator)

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)

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)

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)

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)

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.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku.

Menurut Onong Uchjana dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, menyebutkan ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi, yaitu:

a. Perubahan sikap *(attitude change)*

b. Perubahan Pendapat *(opinion change)*

c. Perubahan Perilaku *(behavior change)*

d. Perubahan Sosial *(sosial change).* (Effendy, 2006:8)

2.2.4 Bentuk Komunikasi

Adapun bentuk – bentuk komunikasi seperti yang dikutip dalam buku “Metode Riset Komunikasi Organisasi” adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*). Terdiri dari komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antarpersonal (*interpersonal Communication*).

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*). Pertama dalam bentuk komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) seperti : ceramah (*lecture*), diskusi panel (*panel discussion*), simposium (*symposium*), forum, seminar, dan curahsaran (*brainstorming*). Kedua, komunikasi kelompok besar (*large group communication/public speaking*).

3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*), misalnya : pers, radio, televisi, dan film.

4. Komunikasi Media (*Media Communication*), misalnya : surat, telepon, pamflet, poster, dan spanduk.

Bentuk komunikasi diklasifikasikan berbeda di kalangan para ahli sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang pakar tesebut. Joseph A. Devito dalam bukunya *Communicology* (1982) mengklasifikasi ada empat tipe komunikasi, sedangkan R. Wayne Pace dan teman-temannya dalam bukunya *Techniques of Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe. (Cangara, 2005)

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi Dengan Diri Sendiri)

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antarpribadi)

   Komunikasi antapribadi adalah "komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal". (Mulyana, 2003:73) 3.

3. Komunikasi Kelompok Kecil

   Komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai "proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal anatara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi". (Tubbs dkk, 2008:17)

4. Komunikasi Publik

   Komunikasi publik (public communication) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum. (Mulyana, 2003:74)

5. Komunikasi Organisasi

   Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2003:75) komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Goldbaher dalam Tubbs dkk, 2008:18)

6. Komunikasi Lintas Budaya

   Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)

7. Komunikasi Massa

   Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau eletronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, ananonim dan heterogen. (Mulyana, 2003:75)

2.2.5 Lingkup Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup *(scope)*-nya dan banyak dimensinya.

Para mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Berikut ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

A. Bidang Komunikasi

Yang dimaksud dengan bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, Deddy Mulyana membagi komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

1. komunikasi sosial (*sosial communication*)
2. komunikasi organisasi atau manajemen (*organizational or management communication*)
3. komunikasi bisnis (*business communication*)
4. komunikasi politik (*political communication*)
5. komunikasi internasional (*international communication*)
6. komunikasi antar budaya (*intercultural communication*)
7. komunikasi pembangunan (*development communication*)
8. komunikasi tradisional (*traditional communication*) (Mulyana,2000:236)

B. 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)

C. Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut:

1. Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)
   a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)
   b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
   a. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)
   b. Komunikasi kelompok besar (*big group communication*)

3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
    a. Komunikasi media massa cetak (*printed mass media*)
    b. Komunikasi media massa elektronik (*electronic mass media*) (Effendy, 2003)

D. Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi antara lain:

a. Menginformasikan (*to Information*)
b. Mendidik (*to educate*)
c. Menghibur (*to entertaint*)
d. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003:55)

E. Teknik Komunikasi

Istilah teknik komunikasi berasal dari bahasa Yunani *technikos* yang berarti ketrampilan. Berdasarkan ketrampilan komunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi:

a. Komunikasi informastif *(informative communication)*
b. Persuasif *(persuasive)*
c. Pervasif *(pervasive)*
d. Koersif *(coercive)*
e. Instruktif *(instructive)*
f. Hubungan manusiawi *(human relations)* (Effendy,2003:55)

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

2.3.1 Definisi Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat dominan di kehidupan sehari-hari, sebagian besar kegiatan komunikasi tersebut berlangsung salam situasi komunkasi antar pribadi.

> "Komunikasi antar pribadi adalah interaksi tatap muka antara dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula." (M.Hardjana 2003:83).

Menurut Devito (1989) (dalam Suranto,2011) komunikasi antar pribadi adalah :

> "Penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknyadan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera" (Suranto,2011: 4).

Berdasarkan definisi itu komunikasi antar pribadi dapat berlangsung antara dua orang yang sedang berdua atau lebih yang dalam suatu pertemuan. Pada hakikatnya komunikasi antar pribadi merupakan suatu proses, dimana orang-orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Komunikasi antar personal dianggap efektif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan.

2.3.2 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan suatu *action oriented,* ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi antar pribadi ada bermacam-macam, beberapa diantaranya dipaparkan berikut ini.

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

   Mengungkapkan perhatian kepada orang lain, misalnya saat berkomunikasi dengan cara tersenyum, melambaikan tangan, menyapa, dan sebagainya.

b. Menemukan diri sendiri

   Ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

c. Menemukan dunia luar

   Dengan komunikasi antar pribadi diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai macam informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan actual.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

   Di tujukan untuk memlihara hubungan sosial dengan orang lain, karena sebagai makhluk sosial salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung atau tidak langsung (dengan menggunakan media).

f. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi antar pribadi dapat mengihalngkan kerugian akibat salah komunikasi (*mis communication*) dan salah interpretasi (*mis interpretation*) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan. (Suranto,2011:85).

2.3.3 Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama perindividu. Hal ini disebabkan, biasanya pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi bertemu secara langsung, tidak menggunakan media dalam penyampaian pesannya sehingga tidak ada jarak antara komunkator dan komunikan (*face to face*). Oleh karena saling berhadapan muka, maka masing-masing pihak dapat langsung mengetahui respon yang diberikan, serta mengurangi tingkat ketidak jujuran ketika sedang terjadi komunikasi.

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

2.4.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Kelompok merupakan bagian yang tidak bisa terpisah dalam kehidupan kita, karena melalui kelompok memungkinkan kita untuk dapat berbagi informasi, pengalaman dan pengetahuan kita dengan anggota kelompok lain. Secara operasional komunikasi kelompok melibatkan beberapa elemen didalamnya, yaitu interaksi tatap muka, jumlah anggota kelompok, waktu dan tujuan yang akan dicapai.

Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya *"Human Commuunication, A Revisian of Approaching Speech/ Communication"* memberi batasan komunikasi kelompok sebagai:

> "Interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti, berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat (Sendjaja, 2002: 3.3)".

Ronald B. Adler dan George Rodman dalam bukunya *Understanding Human Communication* membagi kelompok dalam 3 (tiga) tipe, yaitu:

a. Kelompok belajar *(Learning Group)*
   Satu ciri yang menonjol dari learning group ini adalah adanya pertukaran informasi dua arah, artinya setiap anggota dalam kelompok belajar adalah kontributor atau penyumbang dan penerima pengetahuan. Tujuan dari learning group ini adalah meningkatkan pengetahuan atau kemampuan para anggota kelompok.

b. Kelompok pertumbuhan *(Growth Group)*
Kelompok pertumbuhan lebih memusatkan perhatiannya kepada permasalahan pribadi yang dihadapi para anggotanya. Kareteristik yang terlihat dalam tipe kelompok ini adalah *growth group* tidak mempunyai tujuan kolektif yang nyata, dalam arti bahwa seluruh tujuan kelompok diarahkan kepada usaha untuk membantu para anggotanya mengidentifikasi dan mengarahkan mereka untuk peduli dengan persoalan pribadi yang mereka hadapi.

c. Kelompok pemecah masalah *(problem-solving group)*
Orang-orang yang terlibat dalam kelompok pemecah masalah, bekerja bersama-sama untuk mengatasi persoalan bersama yang mereka hadapi. *Problem solving group* dalam operasionalnya melibatkan dua aktivitas penting yakni pengumpulan informasi *(gathering information)* dan pembuat keputusan atau kebijakan itu sendiri berdasarkan pada hasil pengumpulan informasi (Sendjaja,2002: 3.14)".

Cara lain untuk memahami tindakan komunikasi dalam kelompok adalah dengan melihat bagaimana suatu kelompok menggunakan metode-metode tertentu untuk mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi. Menurut S. Djuarsa Sedjaja (2002:3.16) ada 4 (empat) metode pengambilan keputusan, yaitu kewenangan tanpa diskusi *(authority rule without discussion),* pendapat ahli *(expert opinion),* kewenangan setelah diskusi *(authority rule after discussio*n), dan kesepakatan *(consensus).*

2.4.2 Bentuk 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 pesanya 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 sebuah 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.

2.4.3 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.

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.

Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja unutk 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 masing-masing anggota, mustahil fungaiedukasi ini akan tercapai

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.

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.

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.

2.5 Tinjauan Tentang Fenomenologi

Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi, maka pada tinjauan pustaka ini akan mengkaji mengenai fenomenologi dengan mengawali pengertian dari fenomenologi, sebagai berikut

2.5.1 Definisi Fenomenologi

Istilah phenomenon mengacu kepada kemunculan sebuah benda, kejadian, atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Pemikiran fenomenologi bukan merupakan sebuah gerakan pemikiran yang koheren.

> **Menurut Edmund Husserl (1859-1938) :**
> "Fenomemologi adalah untuk memurnikan sikap alamiah kehidupan sehari-hari dengan tujuan menterjemahkannya sebagai sebuah objek untuk penelitian filsafat secara cermat dalam rangka menggambarkan serta memperhitungkan struktur esensialnya". (Ardianto & Q-Aness, 2007:128)

Pengertian fenomenologi menjelaskan akan apa yang terjadi dan tampak dalam kehidupan dengan menginterpretasikan sesuatu yang dilihatnya. Dengan demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Pengertian fenomenologi menjelaskan akan apa yang terjadi dan tampak dalam kehidupan dengan menginterpretasikan sesuatu yang dilihatnya. Dengan demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas

2.5.2 Keragaman Fenomenologi

Suatu hal yang terjadi dan ada dalam lingkungan yang diinterpretasikan dari pengalamanya yang nyata menjadi sebuah realitas, memiliki keragaman dalam tradisi fenomenologinya. Menurut Alfred Schutz dalam karyanya The Phenomenology of the Social World (1976), pada dasarnya berputar sekitar tiga tema utama, yakni :

1. Dunia sehari-hari (The world of everyday life) yang dibagi menjadi dua yaitu :

   The first-order reality, dalam dunia sehari-hari terbentuklah, misalnya, bahasa dan makna, dan yang membentuk berbagai tipe harapan dan tingkah laku yang kemudian diterima bersama. The second-order reality, seperti hanya ilmu pengetahuan, filsafat, atau teknologi.
2. Sosialitas, hubungan seseorang dengan benda-benda fisik.
3. Makna dan pembentukan makna, sebuah pengertian manusia (common sense) adalah pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa yang sadar. Pengetahuan ini sebagian besar tidak berasal dari penemuan sendiri, tetapi diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya.

2.6 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

2.6.1 Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama.

Simbol dibedakan menjadi dua, yakni:

1. Simbol verbal (penggunaan kata-kata atau bahasa, contohnya kata ‘motor’ itu merepresentasikan tentang sebuah kendaraan beroda 2).
2. Simbol nonverbal (lebih menekankan pada bahasa tubuh atau bahasa isyarat) contoh: lambaian tangan, anggukan kepala, gelengan kepala. Semua itu tadi mempunyai makna sendiri-sendiri yang dapat dipahami oleh individu-individu. (Morissan,2013:112)

Ralph Larossa dan Donald C.Reitzes mengatakan bahwa interaksi simbolik adalah sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama dengan orang lainnya menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya membentuk perilaku manusia.

2.6.2 Asumsi Interaksi Sombolik

a. Pentingnya makna bagi perilaku manusia

   Makna yang kita berikan pada simbol merupakan produk dari hasil interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertertu. Makna dapat ada hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol-simbol yang mereka pertukarkan.

b. Pentingnya konsep mengenal diri

   Melalui interaksi dengan orang lain individu-individu akan mengembangkan konsep dirinya sendiri. konsep diri ini akan membentuk perilaku individu.

c. Hubungan antara individu dengan masyarakat

   Manusia adalah mahkluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, manusia senantiasa akan selalu menjalin hubungan interaksi dengan masyarakat. Disini ada ketergantungan antara individu dengan masyarakat. interaksi sosial yang terjadi dengan masyarakat dan lingkungannya menghasilkan aturan-aturan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat.

2.6.3 Konsep Penting (*Mind-Self-Society*)

a. Pikiran (*Mind*)

   Kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang signifikan untuk merespon apa yang kita lihat kemudian untuk difikirkan dalam benak kita. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan

orang lain, kita akan mengembangkan apa yang kita pikirkan dan menghasilkan makna. Salah satu aktivitas penting yang diselesaikan orang melalui pemikiran adalah pengambilan peran, atau kemampuan secara simbolik menempatkan diri seseorang di posisi orang lain.

b. Diri (*self*)

Kemampuan untuk memahami diri sendiri dari perspektif orang lain. Melalui pandangan orang lain terhadap kita, kita akan mengetahui lebih jauh tentang pribadi kita sendiri dan membayangkan bagaimana kita dilihat orang lain. Melalui diri, seseorang dapat menjadi orang yang telah mencerminkan mereka dalam banyak interaksi yang telah dilakukan dengan orang lain. Diri terbagi menjadi dua segi :

1. "*I*" adalah bagian dari diri anda yang menurutkan pada kata hati, tidak teratur, tidak terarah, dan tidak dapat ditebak. Contoh : Andi adalah seorang remaja yang sanantiasa selalu merubah gaya rambutnya, hal ini disebabkan karena Andi adalah anak yang mudah bosan. Perubahan yang dilakukan andi disini berdasarkan kehendaknya sendiri.
2. "*Me*" adalah refleksi umum orang lain yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan tetap yang dibagi dengan orang lain. Me disini berperan sebagai objek dan lebih memberi petunjuk dan bersikap hati-hati. Contoh : menghadapi pergaulan bebas di masyarakat maka perlu adanya kontrol diri dan selektif dalam memilih teman.

3. Masyarakat (*Society*)

   Sarana hubungan sosial yang diciptakan oleh manusia. Masyarakat terdiri atas sebuah jaringan interaksi sosial dimana anggota-anggotanya menempatkan makna bagi tindakan mereka dan tindakan orang lain dengan menggunakan simbol-simbol. Kita tidak dapat berkomunikasi tanpa berbagi makna dari simbol-simbol yang kita gunakan. Melalui jaringan sosial yang di ciptakan individu ini menciptakan sebuah pertukaran simbol-simbol dan menghasilkan pemaknaan.

2.7 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

2.7.1 Definisi Perilaku Komunikasi

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan, dengan kata lain perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar oleh yang bersangkutan. Dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar (Hersey & Blanch, 2004:68)

Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasan dari individu atau kelompok di dalam menerima dan mencari informasi yang diindikasikan dengan adanya partisipasi hubungan dengan sistem sosial, hubungan dengan agen perubahan, dengan media, keaktifan dalam mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal yang baru dalam inovasi

Rogers (1993) mengungkapkan ada tiga perubahan perilaku komunikasi yang sudah teruji secara empiris signifikan yaitu pencarian informasi, kontak dengan penyuluh, dan keterdedahan pada media massa. Peubah pertama yaitu pencarian informasi masih perlu didampingi dengan penyampaian informasi, sesuai dengan model transaksional yang bersifat saling menerima dan memberi informasi cara bergantian.

Gould dan Kolb yang dikutip oleh Ichwanudin (1998),

> "perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu".

Berdasarkan definisi perilaku yang telah diungkapkan sebelumnya,

> "perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada, atau dengan kata lain perilaku komunikasi adalah cara berfikir, berpengetahuan, berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat" (Hapsari 2007:36).

Di dalam mencari dan menyampaikan informasi, seyogyanya juga mengukur kualitas (level) dari komunikasi. Berlo (1960:40) mendeskripsikan level komunikasi adalah mengukur derajat kedalaman mencari dan menyampaikan informasi yang meliputi :

1. sekadar bicara ringan
2. saling ketergantungan (independen)
3. tenggang rasa (empaty)
4. saling interaksi (interaktif)

Kebutuhan seseorang akan informasi mampu menggerakannya secara aktif melakukan pencarian informasi.

Lebih lanjut Berlo (1960:45), mengungkapkan bahwa perilaku komunikasi seseorang dapat dilihat dari kebiasaan berkomunikasi. Berdasarkan definisi perilaku komunikasi, maka hal-hal yang sebaiknya perlu dipertimbangkan adalah bahwa seseorang akan melakukan komunikasi sesuai dengan kebutuhannya.

Halim (1992:39) mengungkapkan bahwa komunikasi, kognisi, sikap, dan perilaku dapat dijelaskan secara lebih baik melalui pendekatan situasional, khususnya mengenai kapan dan bagaimana orang berkomunikasi tentang masalah tertentu.

2.7.2 Faktor Personal Perilaku Komunikasi

Menurut Edward E. Sampson terdapat dua perspektif, yaitu perspektif yang berpusat pada persona *(person-centered perspective)* dan perspektif yang berpusat pada situasi *(situation-centered perspective)*. Perspektif yang berpusat pada persona mempertanyakan faktor-faktor internal apakah, baik berupa sikap, instink, motif, kepribadian, sistem kognitif yang menjelaskan perilaku manusia. Secara garis besar ada 2 faktor yang mempengaruhi perspektif yang berpusat pada persona :

a. Faktor Biologis, Faktor biologis terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor-faktor sosiopsikologis. Bahwa warisan biologis manusia menentukan perilakunya. Aliran sosiobiologi (Wilson, 1975) memandang segala kegiatan

manusia berasal dari struktur biologinya. Menurut Wilson, perilaku sosial dibimbing oleh aturan-aturan yang sudah diprogram secara genetis dalam jiwa manusia (epigenetic rules). Struktur genetis, misalnya mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi, dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga proses psikologis.

b. Faktor Sosiopsikologis dari proses sosial, manusia memperoleh karakteristik yang mempengaruhi perilakunya, yaitu:

- Komponen Afektif

  Komponen afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen afektif terdieri dari motif sosiogenis, sikap, dan emosi

- Komponen Kognitif

  Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Kepercayaan adalah komponen kognitif dari fakor sosiopsikologi.

- Komponen Konatif

  Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

Komponen konatif dari faktor sosiopsikologis terdiri dari kebiasaan dan kemauan.

2.7.3 Faktor Situasional Perilaku Komunikasi

Delgado menyimpulkan bahwa respons otak sangat dipengaruhi oleh "setting" atau suasana yang melingkupi organisme (Rakhmat:2004).

Edward G.

Sampson merangkumkan seluruh faktor situasional sebagai berikut:

a. Faktor *temporal*

   Waktu dapat mempengaruhi bioritma manusia dalam kehidupan.

b. Analisis suasana perilaku

   Lingkungan dapat memberikan efek-efek tertentu terhadap perilaku manusia.

c. Faktor *teknologis*

   Revolusi teknologi seringkali disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial.

d. Faktor sosial

Sistem peranan yang ditetapkan dalam suatu masyarakat, struktur kelompok dan organisasi, karakteristik populasi, adalah faktor-faktor sosial yang menata perilaku manusia. Secara singkat, pengelompokkannya adalah sebagai berikut:

- Struktur organisasi
- Sistem peranan
- Struktur kelompok
- Karakteristik populasi

2.8 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.8.1 Definisi Komunikasi Verbal

Manusia sebagai makhluk sosial sering berinteraksi dan bertukar informasi melalui bahasa dan juga symbol-simbol.

> "Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami.Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal" (Deddy Mulyana, 2005).

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.8.2 Macam-macam Bahasa Verbal

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan sebagai aspek realitas individual kita. Adapun macam bahasa verbal yang digunakan adalah :

1. Bahasa Indonesia adalah bahasa nasional yang digunakan sebagai bahasa persatuan Indonesia yang dipakai untuk memperlancar hubungan komunikasi dan merupakan lambang kebangsaan bangsa Indonesia (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).

2. Bahasa daerah adalah bahasa yang digunakan pada suatu daerah tertentu dan memiliki ciri khas tertentu di bidang kosa kata, peristilahan, struktur kalimat dan ejaannya. Bahasa daerah merupakan lambang kebanggaan daerah yang bersangkutan.

2.8.3 Tata Bahasa Verbal

Tatabahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata, pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

2.8.4 Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005) bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa.

Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills,* mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

1. Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
2. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui Bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang disekitar kita.
3. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

2.8.5 Keterbatasan Bahasa

Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek. Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang,

benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi buka realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak.

Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dsb.

1. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual

   Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula.

2. Kata-kata mengandung bias budaya

   Bahasa terikat konteks budaya, oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketiaka mereka menggunakan kata yang sama. Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan

pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut *isomorfisme*. *Isomorfisme* terjadi bila komunikan-komunikan berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada *isomorfisme* total.

3. Percampuradukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

   Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Ketika kita berkomunikasi, kita menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

2.9 Tinjauan Tentang Komunikasi Non Verbal

2.9.1 Definisi Komunikasi Non Verbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Riswandi, 2009:69), mendifisikan:

> "Komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunakan limgkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima."

Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal.

2.9.2 Ciri-ciri Pesan Non Verbal

Menurut Joseph A Devito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
3. Pesan non-verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan non-verbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan non-verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non-verbal.
5. Komunikasi non-verbal di kendalikan oleh aturan.

6. Komunikasi non-verbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan non-verbal seringkali berfungsi untuk mengkomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.

2.9.3 Klasifikasi Pesan Non Verbal

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

1. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural. 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:
   a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan tak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk.
   b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan.

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

2. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
3. 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.
4. Pesan paralinguistik adalah pesan non verbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
5. Pesan sentuhan dan bau-bauan.
   a. 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.

b. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan – menandai wilayah mereka, mengindentifikasikan keadaan emosional, penncitraan, dan menarik lawan jenis.

2.9.4 Fungsi Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Cangara, 2011:106)

Fungsi dari komunikasi non verbal dapat menjelaskan maksud dari penyampaian pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. Repetisi

   Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.

2. Subtitusi

   Menggantikan lambang-lambang verbal.

3. Kontradiski

   Menolak pesan verbal ataumemberi makna yang lain terhadan pesan verbal.

4. Komplemen

   Melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal.

5. Aksentuasi

   Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya (Suranto, 2010:173)

2.9.5 Tujuan Komunikasi Non Verbal

Ketika kita melakukan komunikasi, baik itu melakukan komunikasi verbal terlebih dahulu yang kemudian diiringi dengan komunikasi non verbal atau sebaliknya. Bahkan keduanya seringkali berbarengan dalam melakukannya ataupun penyampaiannya. Setiap penyampaian pesannya baik secara verbal ataupun non verbal sebenarnya memiliki tujuan-tujuan tertentu didalam pesan tersebut.

Adapun tujuan dari komunikasi non verbal diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan atau memberikan informasi.
2. Mengatur alur suara percakapan.
3. Mengekspresikan emosi.

4. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan dari komunikasi verbal.
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
6. Mempermudah tugas-tugas khusus yang memerlukan komunikasi non verbal. (Riswandi, 2009 : 72)

2.9.6 Jenis Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakannya. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
   a. Isyarat tangan
   b. Gerakan tangan
   c. Postur tubuh dan posisi kaki
   d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
   a. Busana
   b. Karakteristik fisik
5. Bau-bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :
   a. Ruang pribadi dan ruang public
   b. Posisi duduk dan pengaturan ruangan
7. Konsep waktu
8. Diam

9. Warna
10. Artefak (Mulyana, 2010:353-433)

2.10 Tinjauan Tentang Motif

2.10.1 Definisi Motif

Merujuk pada Kuswarno (2013:167), motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : *in order to motive and because motive.*

Because motive merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *inorder to motif* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan. Melalui interpretasi tindakan orang lain, seseorang dapat merubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Individu tersebut perlu mengetahui makna, motif dan maksud dari tindakan orang lain tersebut. Menurut Weber untuk memahami motif dan makna tindakan manusia pasti terkait dengan tujuan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa motif adalah suatu dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang baik

yang disadari maupun tidak. Motif dapat diartikan sebagai suatu keadaan, kebutuhan atau dorongan dalam diri seorang yang disadari maupun tidak yang membawa kepada terjadinya suatu perilaku.

2.11 Tinjauan Tentang *Airsoft*

Airsoft adalah olahraga ekstrim dan hobi yang mensimulasikan kegiatan militer atau kepolisian, yang menggunakan replika senjata api yang disebut *Airsoftgun. Airsoftgun* adalah replika senjata yang berukuran hampir sama dengan jenis senjata aslinya. *airsoftgun* mampu memuntahkan peluru plastik bulat berukuran 6mm (biasa disebut BB, *Ball Bullet*) baik secara satu persatu (*Single Action*), *semi automatic*, maupun *full automatic*.

Pada dasarnya, *airsoftgun* digerakan oleh hembusan udara yang dihasilkan oleh piston yang digerakan secara :

1. Pengokang pada jenis *airsoftgun spring*
2. Motor yang digerakan oleh baterai pada jenis *airsoftgun electric*
3. Hembusan gas (Freon) pada jenis *airsoftgun gas*

penggemar *Airsoft* biasa dipanggil dengan panggilan *Airsofter*. dimana sebagian besar yang berarti memiliki, menggunakan *Airsoftgun* sebagai sarana dalam permainan perang-perangan (*skirmish/war games*), dan sebagai barang koleksi, atau untuk olahraga tembak reaksi.

2.12 Kerangka Pemikiran Teoritis Dan Konseptual

2.12.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Perilaku komunikasi dapat dilihat dari definisi perilaku komunikasi dimana seseorang dapat dilihat dari kebiasaan berkomunikasi. Komunikasi, kognisi, sikap, dan perilaku dapat dijelaskan secara lebih baik melalui pendekatan situasional, khususnya mengenai kapan dan bagaimana orang berkomunikasi tentang masalah tertentu.

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan, dengan kata lain perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar oleh yang bersangkutan. Dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar (Hersey & Blanch, 2004:68)

Perilaku komunikasi dapat dilihat juga dari fenomenologi yang dimana menurut pemikiran Schutz manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial, manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama.

Lebih lanjut lagi Perilaku komunikasi menurut pandangan dari teori Interaksi Simbolik. Bahwa manusia bertindak berdasarkan atas

makna-makna, dimana makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain, serta makna-makna itu terus berkembang dan disempurnakan pada saat interaksi itu terus berlangsung. Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, *interpretative* (Penafsiran), tindakan-tindakan. Teori ini mengansumsikan komunikasi berlangsung ketika orang – orang berbagi makna dalam bentuk simbol – simbol, seperti kata – kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang – orang dibentuk melalui komunikasi. (dalam Ardianto, 2010:158-159). Dalam interaksi yang dilakukan itu terjadi pertukaran simbol-simbol baik verbal maupun non verbal.

Dalam komunikasi antar pribadi, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang mencerminkan interaksi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain. Menurut George Hebert Mead membahas teorinya tentang interaksionisme simbolik (Karl J. Veeger, 1992:95-96) melukiskan *mind* (pikiran manusia) sebagai salah satu cara bertindak manusia yang berlangsung di dalam diri individu. *Mind* ini merupakan sejenis interaksi individu dengan dirinya sendiri, yaitu percakapan atau konversasi dalam batinnya sendiri, dimana bagian yang satu menanggapi, mengulas bahkan membandingkannya apa yang telah dikemukakan pada bagian lainnya.

Menurut Mead, diri *(self)* adalah terbentuk dari dua unsur, yaitu ‘‘aku’’ (*me*) dan ‘‘aku’’ *(i*). *Me* boleh dikatakan merupakan unsur sosial dalam diri orang dan terdiri dari *generalized other* (dari semua sikap), makna dan simbol yang telah dibatinkan dan dikerahkan oleh individu pada saat dan dalam situasi tertentu. *Me* adalah pemantulan orang lain atau lingkungan sosial; *I* merupakan unsur individual dan bagian dari diri orang yang kreatif, merasa bebas, dan mampu mengungkapkan diri. *I* dan *Me* bersama-sama saling menentukan dan melahirkan perilaku manusia.

Tingkah laku seseorang terbentuk didalam kelompok sosial selama proses interaksi dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian juga perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol-simbol, maka kita dapat mengemukakan maksud dan pikiran kita, sebaliknya juga kita dapat mengerti maksud orang lain dengan cara membaca simbol-simbol yang di tampilkan oleh orang lain. Teori yang mengkaji mengenai interaksi ini adalah interaksi sombolik yang merupakan sebuah perspektif yaitu fenomenologi.

Menurut Alfred Schutz menyatakan bahwa tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran

(Kuswarno, 2009:17). Inti dari penelitian ini adalah bagaimana cara seseorang atau manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang akan seseorang itu akan sampaikan dalam proses komunikasi dengan orang lain. Sehingga membentuk perilaku komunikasi orang lain tersebut.

2.12.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis diatas, peneliti menggambarkan dan menjelaskan Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas *Airsofter* Bandung (AIRBAN) Dengan Anggota Dalam Kegiatan Komunitas, dibagi dalam tiga poin, yaitu perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal, Komunikasi non verbal, dan motif yang mendasari perilaku komunikasi tersebut.

Perilaku komunikasi anggota komunitas *Airsofter* Bandung (AIRBAN) dapat dilihat dari fenomenologi yang dimana menurut pemikiran Schutz manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial, manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dalam interaksi yang dilakukan itu terjadi pertukaran simbol-simbol baik verbal maupun non verbal.

Perilaku komunikasi anggota komunitas *Airsofter* Bandung (AIRBAN) menurut pandangan teori Interaksi Simbolik. Bahwa interaksi simbolik manusia selalu melakukan interaksi dengan

manusia lainnya. Dalam interaksi tersebut terjadi penafsiran makna yang dilakukan secara verbal maupun non verbal.

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni pertukaran simbol atau komunikasi yang diberi makna. Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia.

Perilaku anggota komunitas *Airsofter* Bandung (AIRBAN) Dengan Anggota Dalam Kegiatan Komunitas memiliki cara tersendiri ditunjukan dalam perilaku komunikasinya baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbalnya sesuai karakter dari anggota tersebut.

Perilaku anggota tersebut bisa dilihat dari cara mereka saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan anggota ketika dalam kegiatan komunitas berkomunikasi seputar *airsoft* dan pada saat kegiatan *skirmish / war game.* Perilaku komunikasi merupakan perilaku yang lahir dari intergrasi keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial, keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistik, dan keterampilan interaksi dan keterampilan budaya.

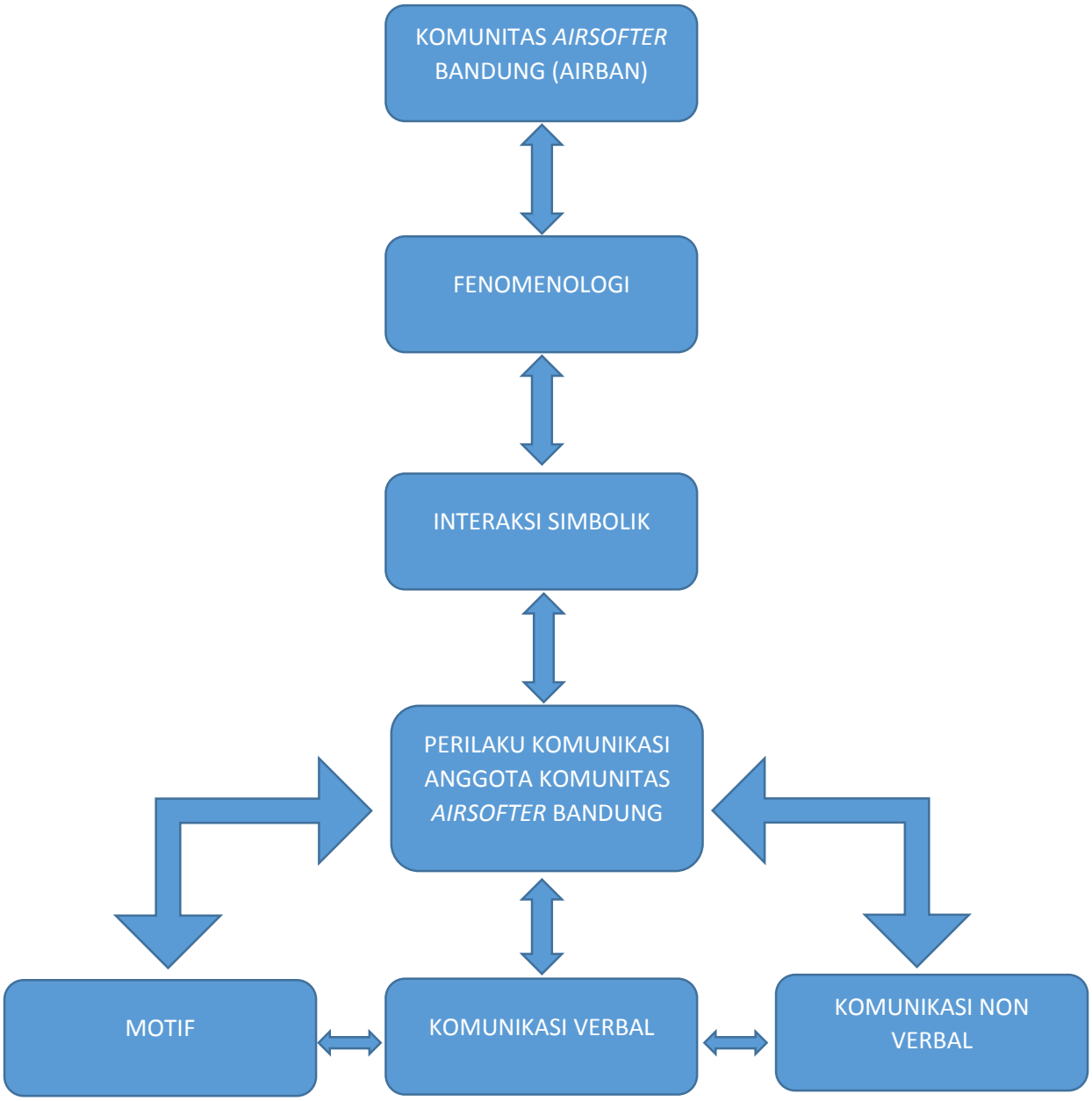
Motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.

Komunikasi verbal ini dapat dilihat saat anggota sedang berkomunikasi seputar *airsoft* menggunakan bahasa verbal kepada anggota yang lainnya. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005).

Selain itu, perilaku komunikasi ada juga yang menggunakan komunikasi non verbal yang dapat dilihat ketika para anggota Komunitas *Airsofte*r Bandung memberikan arahan dan menyusun strategi saat kegiatan *skirmish / War game*. Terakhir adalah motif yang mendasari seseorang berperilaku untuk suatu tujuan atau tindakan.

Gambar 2.1

Alur Pemikiran



Sumber : Peneliti 2014