BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding dalam menyusun skripsi ini sehingga lebih memadai.

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang Fenomenologi Pemaknaan Pesan Komunikasi Non Verbal, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Skripsi Ini
1.	Pengelolaan Komunikasi NonVerbal Pengemis (Studi Fenomenologi tentang Pengelolaan Komunikasi Nonverbal Pengemis di hadapan Calon	Immadudin (Skripsi), Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, Universitas Komputer Indonesia, Bandung	2011	Kualitatif Studi Fenomenologi	Pengelolaan komunikasi nonverbal pengemis didasari atas faktor baik secara biologis maupun nonbiologis, serta faktor-	Penelitian Immadudin menggunakan pesan kinesik, pesan artifaktual sebagai unsur nonverbalnya. Sementara penelitian ini lebih kepada

	Dermawan Pengguna Jalan Raya di Kota Bandung				faktor lingkungan maupun pertemanan sebagai faktor pendorong,	unsur nonverbal yang bersifat ke bahasa tubuh, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gerak isyarat, dan sikap badan.
2.	Bahasa Tubuh Sebagai Komunikasi Non Verbal	Yanti Setianti (Makalah ilmiah), Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung	2007	Kualitatif	Dalam faktanya penelitian telah menunjukkan bahwa 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara non verbal. Area dari dari komunikasi nonverbal yang sangat relevan dengan komunikasi verbal ialah bahasa tubuh, suara, pakaian. Bahasa tubuh merupakan yang paling penting buat seorang pembicara.	Penelitian Yanti memaparkan secara menyeluruh tentang bahasa tubuh dalam komunikasi, sementara penelitian ini cenderung memaknai pesan yang disampaikan perempuan kepada laki-laki melalui bahasa nonverbalnya.

3.	Makna Pesan Tato Sebagai Bentuk Komunikasi Non Verbal di Kalangan Pengguna Tato di Kota Bandung (Studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif tentang makna pesan Tato di kalangan pengguna tato di Kota Bandung)	Abdullah Fikri (Skripsi), Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Universita Komputer Indonesia, Bandung.	2011	Kualitatif Studi Deskriptif	Penelitian ini menunjukan bahwa makna pesan tato dikalangan pengguna tato di Kota Bandung sangat beragam. Hal ini terbukti dengan adanya makna pesan sebagai isyarat, bentuk struktural, pengaruh sosial, penafsiran, refleksi diri, dan kebersamaan (*commonality*)..	Penelitian Abdullah menggambarkan, meskipun sekedar gambar tapi tato punya makna tersendiri bagi penggunanya, sementara penelitian ini menganalisa makna pesan komunikasi nonverbal perempuan di mata laki-laki yang bertujuan untuk saling memahami makna tersebut.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Sejarah ilmu komunikasi pertama ada di Jerman, sedangkan untuk di Indonesia ada pertama kali di UGM, untuk di UGM sendiri baru ada Ilmu Publisistik atau ilmu pernyataan umum. Menurut Adi Negoro, ilmu publisistik adalah ilmu pernyataan antara manusia yang bersifat umum dan aktual. Pengertian komunikasi sudah banyak didefinisikan oleh banyak

orang, jumlahnya sebanyak orang yang mendifinisikannya. Dari banyak pengertian tersebut jika dianalisis pada prinsipnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Kata Komunikasi atau *Communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti ”sama”, *communico, communicatio,* atau *communicare* yang berarti ”membuat sama”. Istilah pertama *(communis)* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas *(community)* yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagai makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Berikut beberapa definisi komunikasi menurut beberapa tokoh komunikasi :

- *Harold Lasswell,* ”Cara yang baik umtuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan berikut, *Who says What In Which Channel To Whom With What effect..?* atau Siapa Mengatakan Apa dengan Saluran Apa Kepada Siapa dengan Pengaruh Bagaimana”.

- *Carl I Hovland,* ”Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang – lambang verbal) un tuk mengubah perilaku orang lain.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

- Fungsi Mendidik

  Fungsi ini adalah mengetahui peran komunikasi dalam menyampaikan pengetahuan agar dapat mengerti, serta memberi pendidikan bagi yang membutuhkan. Fungsi mendidik yang dimaksud disini adalah memberi pelajaran dan pengertian agar lebih baik dan dapat memberikan pengertian tentang arti pentingnya komunikasi dalam pendidikan.

- Fungsi Menghibur

  Dalam komunikasi merupakan fungsi untuk memberikan hiburan bagi orang yang kesusahan ataupun memberikan situasi yang *fresh* dalam melakukan komunikasi. Komunikasi tidak hanya memberikan informasi, mendidik atau fungsi yang sifatnya formal, tetapi juga dapat berfungsi menghibur dan memberikan kesenangan antara komunikator dan komunikan. Jadi fungsi komunikasi dalam prows initidak hanya terjadi dalam situasi formal saja tetapi situasi saat berkomunikasi yang santai memberikan kesan komunikasi yang luwes dan tidak ada ketegangan dalam melakukan komunikasi.

- Fungsi Mempengaruhi

  Yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan untuk dapat melakukan suatu perbuatan atau keyakinan, karena kemampuan komunikator dalam mempengaruhinya saat melakukan komunikasi antara keduanya. Pengaruh (persuasif) ini bersumber dari komunikator yang berusaha mempengaruhi komunikan untuk mengikuti kemauan dan mengikuti ide atau gagasan yang dilontarkan komunikator.

- Menyampaikan Informasi

  Dalam perannya mempermudah pengambilan keputusan, komunikasi juga mempunyai fungsi informasi. Komunikasi memberikan membawa informasi kepada individu dan kelompok, untuk mengambil keputusan. Suatu saat anda dan beberapa teman anda menerima tawaran untuk melakukan test tertentu, guna kepentingan promosi jabatan pada level tertentu. Dalam surat tersebut tertera sederet kualifikasi (persyaratan) untuk jabatan yang dimaksud tersebut. Lalu anda mempersiapkan segala sesuatunya. Disinilah komunikasi membantu meneruskan data, guna sebuah pengambilan keputusan pengisian jabatan yang dimaksud tadi.

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

a. Perubahan Sikap *(Attitude Change)*

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah agar masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

b. Perubahan Pendapat *(Opinion Change)*

Memberikan berbagai informasi kepada masyarakat tujuan akhirnya agar masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya dalam informasi mengenai pemilu. Terutama informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap, sehingga pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

c. Perubahan Perilaku *(Behavior Change)*

Berbagai informasi yang disampaikan kepada masyarakat, bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat. Misalnya kegiatan memberikan informasi tentang pola hidup sehat, dengan kegiatan ini maka perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

d. Perubahan Sosial *(Social Change)*

Memberi informasi kepada masyarakat, tujuannya agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya masyarakat ikut serta pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat, dan sebagainya.

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

a. Tatap Muka *(face to face)*

Komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka pihak komunikator dan komunikan. Pesan disampaikan secara langsung dari komunikator, dan secara langsung dapat langsung menerima umpan balik/feedback dari komunikan. Keuntungan menggunakan komunikasi interpersonal tatap muka adalah kita dapat melihat respon balik atau umpan balik komunikan saat melakukan proses interaksi. Jika umpan balik yang diberikan bersifat positif, maka pesan kita dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya bila respon bersifat negative, maka kita sebagai komunikator harus memperbaiki cara penyampaian pesan yang dimaksud.

Kelemahan dari komunikasi tatap muka adalah ketidak efektifan waktu. Komunikator dan komunikan harus bertemu dalam melakukan proses komunikasi dan menghabiskan waktu bersama di sebuah tempat. Memang, sebenarnya komunikasi

tatap muka dapat menjadi lebih efektif bila melakukan hal melobby yang biasa dilakukan oleh para pimpinan perusahaan dengan pimpinan perusahaan lainnya.

Kelebihan komunikasi Interpersonal tatap muka :

1. Komunikasi lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara.
2. Komunikasi sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.
3. Komunikator dapat mengetahui diri komunikan selengkap-lengkapnya. Komunikator dapat mengetahui secara psikologis komunikan yang sedang dihadapinya. Contohnya seorang ibu yang mengetahui setiap teman yang bermain dengan anaknya setiap pulang sekolah.

Kekurangan komunikasi Interpersonal tatap muka :

1. Ketidak efektifan waktu karena komunikator dan komunikan harus bertemu dalam proses komunikasi dan menghabiskan waktu bersama di sebuah tempat.
2. Selain itu tidak ada karena komunikasi tatap muka merupakan tahap-tahap yang kemudian harus dilalui sehingga antara komunikan kemudian memiliki rasa

keterbukaan satu sama lain yang nantinya dapat mengembangkan atau memperluas komunikasinya[2]

b. Bermedia (mediated)

Komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan telepon, faksimili, e-mail , radio cb, chatting dsb Kelebihan komunikasi ini adalah jangkauan luas hingga bisa diakses sampai ke daerah-daerah, bersifat informatif, dan efektif karena hemat waktu dan tempat. Sedangkan, kelemahannya adalah tidak efisien karena kurang akurat dan tidak langsung mendapatkan *feedback* dari komunikan. Dalam Komunikasi interpersonal tatap muka kejadiannya berlangsung secara tatap muka dan bisa mendapatkan feedback langsung dari komunikan dan lebih efektif karena keakuratan informasinya, sedangkan Komunikasi bermedia bersifat tidak langsung, searah, dan terbuka (karena tidak tatap muka jadi lebih terbuka dalam berbicara), serta lebih efisien (berkaitan dengan keluasan dan kecepatan).

Kelebihan komunikasi virtual adalah sebagai media komunikasi interaktif karena feedback dari komunikasi interaktif adalah langsung ; dapat menyampaikan pesan secara massa ; dan dapat mengetahui dunia luar, seperti yang kita ketahui bahwa internet merupakan jendela dunia, dengan adanya

[2] http://enjourm.wordpress.com/2011/04/27/komunikasi-tatap-muka-vs-komunikasi-bermedia/8/04/2013,20.30

komunikasi virtual di internet kita dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia luar tanpa harus kesana terlebih dahulu. Walaupun kelebihan komunikasi virtual menguntungkan akan tetapi komunikasi virtual juga dapat menyebabkan kecanduan dan memunculkan kriminalitas dalam dunia maya, dan adanya situs pornografi yang bisa membodohi pengguna virtual. Menggunakan komunikasi virtual adalah baik untuk kecerdasan negeri, akan tetapi sebaiknya berperilaku selektif dalam menggunakan komunikasi bervirtual[3].

c. Verbal

Komunikasi Verbal, adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan lisan atau dengan tertulis. Peran komunikasi ini sangat besar, karena sebagian besar proses komunikasi berlangsung dengan komunikasi verbal, pemikiran, atau keputusan lebih mudah disampaikan secara verbal. Pada komunikasi ini komunikan juga lebih mudah memahami pesan – pesan yang disampaikan dengan komunikasi verbal ini.

- Komunikasi Lisan, komunikasi lisan menjadikan bahasa sebagai media penyampai pesan. Pikiran dan perasaan seseorang disampaikan melalui kata – kata yang

[3] http://niialaurents.blogspot.com/2010/12/komunikasi-non-verbal-dan-komunikasi.html/8/04/2013,20.33

dianggapnya tepat dan mewakili apa yang ada dalam dirinya.

- Komunikasi Tulisan, komunikasi tulisan menjadikan simbol yang dituliskan pada kertas atau tempat lain sebagai alat penyampai ide atau perasaan. Pesan tulisan memiliki sistematis yang jelas, pilihan kata dan tanda baca, yang dapat membantu pihak lain memahami apa yang ingin kita sampaikan.

Komunikasi Verbal memudahkan komunikan menerima pesan dengan baik. Komunikan pun dapat memberikan feeedback dengan komunikasi verbal pula. Pada penggunaan komunikasi verbal ini, kesalahan persepasi komunikasi dapat diminimalisir, dan ini menjadi salah satu kepentingan penggunaan verbal. Oleh karena itu, kemampuan berbahasa merupakan bagian yang sangat penting untuk seorang komunikator. Semakin banyak bahasa yang anda kuasai maka semakin besar pula potensi anda untuk menjadi seorang komunikator dan komunikan yang baik untuk mencapai komunikasi efektif. Bahasa, adalah seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi kumpulan kalimat yang mengandung arti. Fungsi bahasa, yaitu (1) untuk mempelajari tentang segala hal yang ada di sekeliling kita, (2) untuk membina hubungan yang baik dalam hubungan manusia

sebagai makhluk sosial antara satu individu dengan individu lainnya, (3) untuk menciptakan ikatan – ikatan dalam perjalanan kehidupan manusia[4].

d. Non Verbal

Komunikasi non verbal yaitu segala bentuk tingkah laku yang dilakukan pada saat komunikasi berlangsung.Ada tiga hal penting dari tingkah laku yang dapat mempengaruhi komunikasi ini, adalah sebagai berikut :1) Kinetik yaitu gerak fungsi tubuh yang meliputi gerak badan, geraktangan, ekspresi wajah, gerak mata, pengambilan sikap serta ciri-cirifisik jasmani dan penampilan secara umum. 2) Proksemik yaitu berhubungan dengan keadaan diri dan lingkungan. Meliputi tata ruang konseling dan jarak antara konselor dan konseliketika berkomunikasi. 3) Paralinguistik yaitu cara bagaimana mengucapkan lambang-lambang verbal[5].

Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara[6]. Salah satu aspek penting komunikasi non verbal adalah pada

[4] http://www.anneahira.com/pengertian-komunikasi-verbal.htm/8/04/2013/20.35
[5]http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2190461-pengertian-komunikasi-non-verbal/#ixzz28wsuWxCu/8/04/2013/20.35
[6] http://andrian7.blogspot.com/2012/02/komunikasi-non-verbal.html/8/04/2013/20.35

saat kita berupaya untuk memahami makna dari setiap pesan komunikasinya. Di dalam kehidupan sehari-hari perilaku non verbal sangat beraneka ragam dan banyak serta sangat membantu pembentukan makna pada setiap pesan komunikasi.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Non Verbal

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Non Verbal

Komunikasi Non Verbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi non verbal adalah penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan. Non Verbal lebih cenderung kepada otak kanan yang bersifat afektif atau emosional. Komunikasi non verbal, komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya *(the object language),* komunikasi dengan gerak *(gesture)* sebagai sinyal *(sign language),* dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh *(action language).*

Edward T. Hall menamai bahasa non verbal ini sebagai " bahasa diam " *(silent language)* dan dimensi tersembunyi *(hidden dimension)* suatu budaya. Disebut Diam dan Tersembunyi, karena pesan – pesan non verbal tertanam dalam konteks komunikasi. Selain isyarat situasional dan relasional dalam transaksi komunikasi, pesan non verbal memberi kita isyarat-isyarat kontekstual. Bersama isyarat verbal dan kontekstual, pesan non verbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Non Verbal

Dilihat dari fungsinya, perilaku non verbal mempunyai beberapa fungsi. Paul Ekman menyebutkan lima fungsi pesan non verbal, seperti yang dapat dilukiskan dengan perilaku mata, yakni sebagai :

- *Emblem* > Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan, " Saya tidak sungguh – sungguh ".
- *Ilustrator* > Pandangan ke bawah dapat menunjukkan depresi atau kesedihan.
- *Regulator* > kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
- Penyesuai > Kedipan mata yang cepat meningkat ketika orang berada dalam tekanan. Itu merupakan respons yang tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
- *Affect Display* > Pembesaran manik – mata *(Pupil dilation)* menunjukkan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukkan perasaan takut, terkejut, atau senang.

2.1.3.3 Klasifikasi Pesan Non Verbal

Yang termasuk komunikasi non verbal :

a. Ekspresi wajah, merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Sebagian pakar mengakui, ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal: kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan,

kemarahan, kejijikan, dan minat. Menurut Albert Mehrabian, andil wajah bagi pengaruh pesan adalah 55%, sementara vokal 30%, dan verbal hanya 7%. Menurut Birdwhistell, perubahan sangat sedikit saja dapat menciptakan perbedaan yang besar. Ekspresi wajah boleh sama, namun maknanya mungkin berbeda. Bahkan seperti pesan verbal, dalam budaya yang sama pun ekspresi wajah yang sama dapat berbeda makna dalam konteks komunikasi yang berbeda.

b. Kontak mata, punya dua fungsi dalam komunikasi interpersonal. Pertama, fungsi pengatur, untuk memberi tahu orang lain apakah anda akan melakukan hubungan dengan orang itu atau menghindarinya. Kedua, fungsi ekspresif, memberi tahu orang lain bagaimana perasaan anda terhadapnya. Dalam keadaan normal, kita menatap orang lain sekilas, hanya satu – dua detik. Bila pandangan lebih lama, reaksi orang yang kita pandang cenderung emosional. Boleh jadi pandangan tersebut akan mengubah kesan kita pada orang yang bersangkutan, dan juga dimensi hubungan kita. Maka tidaklah mengherankan seseorang yang dianggap intim mampu menyampaikan banyak makna lewat pandangan matanya, meskipun berbicara sedikit.

c. Sentuhan adalah bentuk komunikasi personal mengingat sentuhan lebih bersifat spontan dari pada komunikasi verbal. Beberapa pesan

seperti perhatian yang sungguh-sungguh, dukungan emosional, kasih sayang atau simpati dapat dilakukan melalui sentuhan.

d. Postur tubuh dan gaya berjalan, sebagian anggapan mengenai bentuk tubuh dan karakter yang dihubungkannya mungkin sekedar stereotip. Kita misalnya pernah mendengar bahwa laki-laki berbadab tinggi lebih sering dianggap pemimpin yang berhasil, tapi tidak selalu begitu. Biasanya tubuh laki-laki lebih tinggi daripada perempuan, maka ketika kita bertemu dengan perempuan yang lebih tinggi dari laki-laki, reaksi kita sering berbeda terhadap perempuan tersebut. Tubuh yang tegap sering dikaitkan dengan kepercayaan diri atau antusiasme. Cara orang berjalan pun dapat memberi pesan pada orang lain apakah orang tiu merasa lelah, sehat, bahagia, sedih, atau angkuh. Sedangkan orang yang berjalan lamban memberi kesan loyo dan lemah.

e. *Sound* (Suara), merujuk pada aspek – aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah). Intensitas (volume) suara, intonasi, dialek, suara terputus – putus, suara yang gemetar, siulan, tawa, tangis, gerutuan, gumaman, desahan, dan sebagainya.

f. Gerak isyarat, merupakan gerakan tangan, lengan dan jari-jari yang kita gunakan untuk menjelaskan atau untuk menegaskan. Menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi seperti mengetuk-ngetukan kaki atau mengerakkan tangan selama

berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan stress , bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan stress.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain, biasanya melibatkan dua pihak dengan jarak yang dekat karena tidak menggunakan media. Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik *(dyadic communication)* yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2003:73).

Komunikasi interpersonal didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* (Devito, 1989:4), sebagai:

> "Proses pengiriman dan penerimaan pesan pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". (Devito, dalam Effendy, 2003:59).

Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku sesorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan dan arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikank etika itu juga, pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikan mengetahui pasti apakah komunikasi itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, ia dapat memberikan kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya. Menurut Everet M. Rogers (Liliweri 1991:46) ada beberapa ciri komunikasi yang menggunakan saluran interpersonal, yaitu :

1. Arus pesan yang cenderung dua arah
2. Konteks komunikasinya tatap muka
3. Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi
4. Kemampuan mengatasi tingkat selektifitas (terutama *"selectivitas exposure')* yang tinggi
5. Kecepatan jangkauan terhadap audiens yang besar relatif lambat
6. Efek yang mungkin terjadi ialah perubahan sikap

2.1.4.2 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi interpersonal ada beberapa ciri khas komunikasi interpersonal. Menurut Barnlund (1968) ada beberapa ciri komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi interpersonal selalu; (1) terjadi secara spontan; (2) tidak mempunyai struktur yang teratur dan diatur; (3) terjadi secara kebetulan; (4) tidak mengejar tujuan

yang telah direncanakan terlebih dahulu; (5) dilakukan oleh orang orang yang identitas keanggotaan yang terkadang kurang jelas, dan (6) dapat terjadi sambil lalu.

De Vito (1976) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal mengandung lima ciri sebagai berikut : (1) keterbukaan atau *openness*; (2) empati *(empathy)*; (3) dukungan *(suportiveness)*; (4) perasaan positif *(positivness)*; (5) kesamaan *(equality)*. Selain itu, Evert M. Rogers dalam Depar (1988) menyebutkan beberapa ciri komunikasi interpersonal, yaitu : (1) arus pesan cenderung dua arah; (2) konteks komunikasi adalah tatap muka; (3) tingkat umpan balik yang tinggi; (4) kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi; (5) kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lamban; dan (6) efek yang terjadi antara lain perubahan sikap. (Alo Liliweri, 1997:12).

Dalam berkomunikasi, komunikator pasti melakukan prediksi tentang efek atau hasil dai perilaku interpersonal. Adanya prediksi ini merupakan asumsi dasar komunikasi interpersonal. Miller dan Steinberg menyebutkan ada tiga tingkatan dalam melakukan prediksi, yaitu tingkat kultural, tingkat sosiologis, dan tingkat psikologis.

Dalam berkomunikasi pada tingkat kultural, komunikator melakukan prediksi berdasarkan kultural yang dianut oleh pelaku komunikasi lainnya. Pada tingkat sosiologis, komunikator melakukan prediksi yaitu berupa nilai dan norma kelompok yang dianut pihak lain tersebut. Adapun predikasi pada tingkat pskologis didasarkan pada data

psikologis pihak lain yang berkomunikasi, yakni karakteristik khas dari kepribadian pihak lain itu.

Dapat disimpulkan bahwa makin besar para pelaku komunikasi saling mengenal secara individu satu sama lain, maka komunikasi makin bersifat pibadi. Sebaliknya, makin kecil tingkat pengetahuan individu satu sama lain, maka komunikasi menjadi makin impersonal.

2.1.4.3 Jenis - jenis Komunikasi Interpersonal

Secara teoritis komunikasi interpersonal di klasifikasi menjadi dua jenis menurut sifatnya:

1. Komunikasi Diadik *(dyadic communication)*

   Komunikasi diadik adalah komunikasi interpersonal yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan, oleh karena itu prilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatianya kepada diri komunikan seorang itu. Situasi komunikan seperti itu akan nampak dalam komunikasi triadik atau komunikasi kelompok, baik kelompok dalam bentuk keluarga maupun dalam bentuk kelas atau seminar.

2. Komunikasi Triadik *(triadik communication)*

   Komunikasi triadik adalah komunikasi interpersonal yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan

dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi triadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan.

Sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya proses komunikasi. Walaupun demikian dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, komunikasi triadik merupakan komunikasi interpersonal lebih efektif tidaknya proses komunikasi (Effendy, 2003: 62- 63).

2.1.4.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Menurut Prof. Drs.H.A.W. Widjaja dalam bukunya Ilmu Komunikasi (2000:122) tujuan dari komunikasi interpersonal adalah:

1. Mengenali diri sendiri dan orang lain.
2. Mengetahui dunia luar
3. Menciptakan dan memelihara hubungan
4. Mengubah sikap dan prilaku
5. Bermain dan mencari hiburan
6. Membantu orang lain

Adapun tujuan lain komunikasi interpersonal antara lain sebagai berikut:

1. **Menyampaikan Informasi**. Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satu diantaranya adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain agar orang lain tersebut dapat mengetahui informasi tersebut.
2. **Berbagi Pengalaman.** Dengan komunikasi interpersonal juga memiliki fungsi atau tujuan untuk berbagi pengalaman baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan.
3. **Melakukan Kerjasama.** Tujuan komunikasi antarprbadi yang lainnya adalah untuk melakukan kerjasama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.
4. **Menceritakan Kekecawaan atau Kekesalan.** Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan pada orang lain. Dengan pengungkapan rasa hati itu, sedikit banyak akan mengurangi beban pikiran. Kadang disebut dengan plong ketika telah bercerita apa yang selama ini dipendam.
5. **Menumbuhkan Motivasi.** Melalui komunikasi interpersonal, seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif. Motivasi adalah dorongan kuar dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Pada dasarnya, seseorang

cenderung untuk melakukan sesuatu karena dimotivasi orang lain dengan cara-cara seperti pemberian insentif yang bersifat financial maupun non financial, memberikan pengakuan atas kinerjanya ataupun memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi.

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi *Gender*

2.1.5.1 Definisi Komunikasi *Gender*

Dalam buku *" the Female Brain",* Louann Brizendine, dijelaskan bahwa

> " Tidak ada otak yang uniseks. Bocah ini terlahir dengan otak perempuan, lengkap dengan impuls – impulsnya sendiri. Anak perempuan lahir dalam keadaan sudah tertata sebagai anak perempuan, dan anak laki – laki lahir sudah tertata sebagai anak laki – laki. Otak mereka berbeda pada saat mereka dilahirkan, dan otak merekalah yang mendorong impuls, nilai, dan realitas sejati mereka (Brizendine, 2006:29)".

Perbedaan alami yang dikenal dengan perbedaan jenis kelamin sebenarnya hanyalah perbedaan biologis yang dibawa lahir antara perempuan dan laki-laki.

Di luar semua itu adalah perbedaan yang dikenal dengan istilah gender. *Gender,* adalah semua atribut sosial mengenai laki-laki dan perempuan, misalnya laki-laki digambarkan mempunyai sifat maskulin seperti keras, kuat, rasional, gagah. Sementara perempuan digambarkan memiliki sifat feminin seperti halus, sopan, lemah, perasa, penakut. *Gender* juga tidak terlepas dari peran, perilaku, tugas, dan hak antara perempuan dengan laki-laki. Dalam suatu hubungan, komunikasi antara

perempuan dengan laki-laki tidaklah selalu sama dan bisa dipahami satu sama lain, hal ini dikarenakan antara perempuan dengan laki-laki mempunyai sisi atau cara berkomunikasi yang berbeda yang terbentuk sejak mereka didalam rahim.

2.1.5.2 Gender dalam Komunikasi

Laki-laki dan perempuan memang berbeda. Bukannya lebih baik atau lebih buruk – hanya berbeda. Satu – satunya persamaan mereka adalah: mereka berasal dari jenis yang sama, yaitu manusia. Namun mereka hidup di dunia berbeda, dengan nilai – nilai yang berbeda dan mematuhi seperangkat peraturan yang sangat berbeda pula.

Laki-laki mengagumi kemampuan perempuan yang ketika memasuki sebuah ruangan yang penuh dengan orang, maka perempuan dapat segera memberikan komentar tentang masing – masing orang yang ada di dalam ruangan tersebut. Namun perempuan merasa heran betapa laki-laki tidak mau ambil peduli dengan semua itu. Ada lagi ketika seorang laki-laki pergi ke kamar kecil, ia biasanya memang pergi hanya untuk satu alasan. Namun, perempuan menggunakan kamar kecil sebagai tempat pertemuan sosial dan ruang terapi. Para perempuan yang semula tidak saling mengenal, jika mereka pergi ke kamar kecil,maka bisa saja mereka keluar dari kamar kecil itu sebagai dua orang sahabat abadi yang akur sepanjang umur. Tetapi semua orang akan pasang wajah curiga jika ada seorang laki-laki berseru, “Hei, Frank aku mau ke kamar kecil. Kau mau ikut?”. Dari sebagian cerita diatas, bukan hal yang aneh lagi, jika

perempuan lebih komunikatif dari pada laki-laki. Hal ini tertulis dalam buku *The Female Brain, "*bahwa laki-laki menggunakan sekitar 7.000 kata per hari, sedangkan perempuan menggunakan sekitar 20.000 kata per hari".

Dalam hal kompartemen otak, lelaki ternyata memiliki *mono-tracking brain.* Artinya, mereka hanya dapat fokus pada satu pembicaraan atau topik dengan sangat baik. Laki-laki cenderung mnggunakan pembicaraan untuk menekankan status. Perempuan memiliki *multi tracking brain*, dimana perempuan bisa melakukan pembicaraan dengan dua atau lebih topik yang berbeda dalam waktu bersamaan.

Karakter Perempuan

- Lebih suka berbicara tentang diri sendiri.
- Memiliki multi-tracking brain.
- Topik yang sering diangkat adalah seputar orang.
- Dapat berbicara berjam-jam jika memebicarakan orang lain.
- Cenderung mengutamakan persahabatan.
- Kurang independen dalam mengambil keputusan.
- Menyukai kata-kata yang berbunga-bunga dan penuh kiasan yang dapat membuat telinga mereka nyaman.
- Lebih suka menggunakan perumpamaan dan contoh-contoh yang tidak langsung ke permasalahan.
- Pendengar yang sangat baik dan sulit bagi orang lain untuk berkata dusta kepada mereka.

Karakter Laki-Laki

- Suka berbicara tentang topik yang tidak berhubungan dengan orang (impersonal).
- Lebih suka langsung ke permasalahan atau melakukan satu kepentingan yang dituju.
- Lebih suka langsung ke persoalan yang tengah dibahas dan berfokus pada apa yang tengah dibicarakan.
- Memiliki *mono-tracking brain.*

Dalam pembahasan mengenai gender dan komunikasi, Griffin menyadur tiga buah pemikiran sebagai berikut: Genderlect Styles (dari Deborah Tannen); Standpoint Theory (dari Sandra Harding dan Julia Wood); dan Muted Group Theory (dari Cheris Kramarae).

1. *Genderlect Styles* (dari Deborah Tannen).

   Deborah Tannent mendiskripsikan ketidakmengertian *(missunderstanding)* antara laki-laki dan perempuan berkenaan dengan fakta bahwa fokus pembicaraan perempuan adalah koneksitas, sementara laki-laki pada pelayanan status dan kemandiriannya. *Genderlect Styles* membicarakan gaya bercakap-cakap- bukan apa yang dikatakan tetapi bagaimana menyatakannya. Tanent meyakini bahwa terdapat gap antara laki-laki dan perempuan, dikarenakan masing-masing berada pada posisi lintas budaya *(cross culture),* untuk itu perlu mengantisipasi berkenaan

dengan gap itu. Kegagalan mengamati perbedaan gaya bercakap dapat membawa masalah yang besar.

Perbedaan-perbedaan itu terletak pada:

- Kecenderungan feminis versus maskulin, hal ini harus dipandang sebagai dua dialek yang berbeda: antara superior dan inverior dalam pembicaraan. Komunitas feminis – untuk membangun *relationship*; menunjukkan responsif. Komunitas maskulin – menyelesaikan tugas; menyatakan diri; mendapatkan kekuasaan.
- Perempuan berhasrat pada koneksi versus laki-laki berhasrat untuk status. Koneksi berhubungan erat dengan kedekatan, status berhubungan erat dengan kekuasaan (*power*).
- *Raport talk* versus *report talk*. Perbedaan budaya linguistik berperan dalam menstruktur kontak verbal antara laki-laki dan perempuan. *Raport talk* adalah istilah yang digunakan untuk menilai obrolan perempuan yang cenderung terkesan simpatik. *Report talk* adalah istilah yang digunakan menilai obrolan laki-laki yang cenderung apa adanya, pokoknya sampai. Berkenaan dengan kedua nilai ini, *Tanent* menemukan temuan-temuan yang terkategorikan sebagai berikut:
    a. *Publik speaking* versus *private speaking*, dalam kategori ini ditemukan bahwa perempuan lebih banyak bicara pada pembicaraan pribadi. Sedangkan laki-laki lebih banyak terlibat pembicaraan publik, laki-laki menggunakan

pembicaraan sebagai pernyataan fungsi perintah; menyampaikan informasi; meminta persetujuan.

b. *Telling story*, cerita-cerita menggambarkan harapan-harapan, kebutuhan-kebutuhan, dan nilai-nilai si pencerita. Pada kategori ini laki-laki lebih banyak bercerita dibanding perempuan-khususnya tentang guyonan. Cerita guyonan merupakan suatu cara maskulin menegoisasikan status.

c. *Listening*, perempuan cenderung menjaga pandangan, sering manggut, berguman sebagai penanda ia mendengarkan dan menyatakan kebersamaannya. Laki-laki dalam hal mendengarkan berusaha mengaburkan kesan itu sebagai upaya menjaga statusnya.

d. *Asking questions*, ketika ingin bicara untuk menyela pembicara, perempuan terlebih dahulu mengungkapkan persetujuan. Tanent menyebutnya sebagai kooperatif-sebuah tanda *raport* simpatik daripada kompetitif. Pada laki-laki, interupsi dipandang oleh Tanent sebagai power-kekuasaan untuk mengendalikan pembicaraan. Dengan kata lain, pertanyaan dipakai oleh perempuan untuk memantapkan hubungan, juga untuk memperhalus ketidaksetujuan dengan pembicara, sedangkan laki-laki memakai kesempatan bertanya sebagai upaya untuk menjadikan pembicara jadi lemah.

e. *Conflict*, perempuan memandang konflik sebagai ancaman dan perlu dihindari. Laki-laki biasanya memulai konflik namun kurang suka memeliharanya.

2.1.5.3 Gender dalam Masyarakat

Secara tradisional, pembagian kerja yang berdasarkan gender telah ada di hampir semua masyarakat. Ini telah membuat adanya alokasi serangkaian peran bagi perempuan dan serangkaian peran lagi bagi laki-laki. Berikut di bawah ini beberapa contoh peran laki-laki dan perempuan di dalam masyarakat:

- Peran Reproduktif (Biasanya perempuan). Kerja reproduksi biologis: Beban kerja reproduksi minimal dan menyusui anak. Kerja reproduksi sosial: Melibatkan lebih banyak mobilitas untuk mengasuh anak, memasak, bersih-bersih, mencuci, mengambil/ mencari air/kayu bakar, dll. Tidak nampak dan tidak dibayar pengambilan keputusan yang tergantung pada niat baik orang.
- Peran Produktif (Biasanya laki-laki). Aktivitas-aktivitas penghidupan dibayar rendah (dibandingkan secara relatif dengan laki-laki). Tidak nampak/mempunyai nilai penting sekunder. Sifat kerja biasanya didasarkan pada peran reproduksi . Aktivitas-aktivitas penghidupan Dibayar tinggi. Nampak diakui sebagai pencari nafkah dalam keluarga
- Peran dalam Komunitas. Menjaga hubungan kekeluargaan, aktivitas keagamaan, interaksi sosial dan upacara upacara

(kelahiran/perkwainan/kematian) dll. Kerja yang tidak dibayar. Sifat kerja mirip dengan kerja reproduksi Bersifat politisi Membangun citra diri dan kekuasaan kerja yang dibayar Sangat nampak. Pengambilan keputusan oleh perempuan biasanya tergantung ada niat baik anggota laki-laki dalam keluarga.

2.1.6 Tinjauan Tentang Persepsi

2.1.6.1 Pengertian Persepsi

Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Desiderato, 1976:129). Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2003:167).

Persepsi memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli) (Rakhmat, 2011:50). Sementara Joseph A. Devito mendefinisikan persepsi sebagai proses dengan mana menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita (Mulyana, 2003:168).

2.1.6.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. David Krech dan Richard S. Crutchfield (1977) (dalam Rakhmat, 2011:54-57) menyebutnya sebagai faktor fungsional, faktor struktural:

1. Faktor Fungsional. Berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu. Dari sini Krech dan Crutchfield merumuskan persepsi yang pertama, yaitu: persepsi bersifat selektif. Ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.
2. Faktor Struktural. Berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Dari sini Krech dan Cruthfield melahirkan persepsi yang kedua, yaitu: medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti.

David Krech dan Richard S. Crutchfield (1977) (dalam Rakhmat, 2011:81-89) juga menyebutkan adanya faktor situasional dan faktor personal:

1. Faktor Situasional. Faktor ini banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik adalah beberapa dari faktor-faktor situasional yang mempengaruhi.
2. Faktor Personal. Faktor personal terdiri atas pengalaman, motivasi, dan kepribadian. Pengalaman bertambah melalui rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi. Sementara motivasi adalah faktor yang mempengaruhi stimuli yang akan diproses. Sedangkan kepribadian adalah ragam pola tingkah laku dan pikiran yang memiliki pola tetap yang dapat dibedakan dari orang lain yang merupakan karakteristik seorang individu.

2.1.6.3 Proses Persepsi

Persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Persepsi adalah sumber pengetahuan kita tentang dunia, kita ingin mengenali dunia dan lingkungan yang mengenalinya. Pengetahuan adalah kekuasaan. Tanpa pengetahuan kita tidak dapat bertindak secara efektif. Persepsi adalah sumber utama dari pengetahuan itu. Dari definisi yang dikemukakan oleh Pareek (Sobur, 2004:451) yaitu: “persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisir, mengartikan, dan memberikan

reaksi kepada rangsangan panca indera dan data", tercakup beberapa segi atau proses yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Proses menerima rangsangan. Proses pertama dalam persepsi adalah menerima rangsangan atau data dari berbagai sumber. Kebanyakan data diterima melalui panca indera. Kita melihat sesuatu, mendengar, mencium, merasakan, atau menyentuhnya sehingga kita mempelajari segi-segi lain dari sesuatu itu.
2. Proses menyeleksi rangsangan. Setelah rangsangan diterima atau data diseleksi. Tidaklah mungkin untuk memperhatikan semua rangsangan yang telah diterima. Demi menghemat perhatian yang digunakan, rangsangan-rangsangan itu disaring dan diseleksi untuk proses yang lebih lanjut.
3. Proses pengorganisasian. Rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Ada tiga dimensi utama dalam pengorganisasian rangsangan, yakni pengelompokkan (berbagai rangsangan yang diterima dikelompokkan dalam suatu bentuk), bentuk timbul dan datar (dalam melihat rangsangan atau gejala, ada kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada gejala-gejala tertentu yang timbul menonjol, sedangkan gejala atau rangsangan yang lain berada di latar belakang), kemantapan persepsi (ada suatu kecenderungan untuk menstabilkan persepsi, dan perubahan-perubahan konteks tidak mempengaruhinya).

4. Proses penafsiran. Setelah rangsangan atau data diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Dikatakan bahwa telah terjadi persepsi setelah data itu ditafsirkan. Persepsi pada dasarnya memberikan arti pada berbagai data dan informasi yang diterima.
5. Proses pengecekan. Setelah data diterima dan ditafsirkan, si penerima mengambil tindakan untuk mengecek apakah penafsirannya benar atau salah. Proses ini terlalu cepat dan orang mungkin tidak menyadarinya.
6. Proses reaksi. Tahap terakhir dari proses perseptual adalah tindakan sehubungan dengan apa yang telah diserap. Hal ini biasanya dilakukan jika seseorang bertindak sehubungan dengan persepsinya.

2.1.6.4 Makna / *Meaning*

Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa, (Sobur, 2004:256). Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat.

Memberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. (Ekstrapolasi lebih menekankan pada kemampuan daya pikir manusia untuk menangkap hal di balik yang tersajikan).

2.1.7 Tinjauan Tentang Pesan

2.1.7.1 Definisi Pesan

Pesan menurut B. Aubrey Fisher dalam bukunya Teori-Teori Komunikasi adalah:

> "Pikiran atau ide pada suatu tempat dalam sistem jaringan syaraf (neourophysiological) dari sumber/penerima dan setelah penyandian terjadi dalam suatu situasi tatap muka, ditransformasikan ke dalam rangkaian getaran udara (gelombang suara) dan sinar-sinar cahaya yang terpantulkan (secara visual). Alat pengalihan sandi pada sumber/penerima mentransformasikan fenomena energi fisik itu kembali ke dalam kata petunjuk paralinguistik, isyarat dan pikiran. Tetapi dalam bentuk energi fisik antara sumber/penerima, maka pesan itu bukanlah merupakan pikiran, bukan pula berupa kata-kata. Akan tetapi, itu merupakan seperangkat isyarat (signal) fisik" (Fisher, 1986:365).

Fisher mengemukakan pesan dalam bentuk mekanistis yang ditransformasikan pada titik-titik atau saat-saat penyandian dan pengalihan sandi. Sehingga, pesan itu sendiri merupakan pikiran atau ide pada suatu tempat. Hal ini, berbeda dengan pesan yang dikemukakan Hafied Cangara sebagai berikut:

> "Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. (isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content atau information)" (Cangara, 2004:23).

Cangara mengemukakan pesan dalam proses komunikasi. Proses komunikasi tersebut, tidak terlepas dari simbol dan kode, karena pesan yang dikirim komunikator kepada komunikan terdiri atas rangkaian simbol dan kode. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan memberi arti

pada gejala-gejala alam yang ada di sekitarnya. Kemampuan manusia menciptakan simbol-simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi. Pesan tersebut berbentuk mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, TV, telegram, telex, dan satelit.

Pemberian arti pada simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Adapun kode-kode simbol sebagai berikut (Cangara, 2004:95):

1. Semua kode memiliki unsur nyata
2. Semua kode memiliki arti
3. Semua kode tergantung pada persetujuan para pemakainya
4. Semua kode memiliki fungsi
5. Semua kode dapat dipindahkan, apakah melalui media atau saluran-saluran komunikasi lainnya.

2.1.7.2 Makna-Makna Pesan

Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan itu adalah "produk fiktif yang nyata yang di hasilkan oleh sumber–encoder" (Siahaan, 1991:62). Kalau berbicara maka"pembicara" itulah pesan, ketika menulis surat maka "tulisan surat" itulah yang dinamakan pesan. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

1. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
2. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
3. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya. (Siahaan,1991:62).

Semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan symbol-simbol. Cara orang berpakaian juga merupakan simbol, sebagaimana juga ekspresi wajah seseorang serta gerakan tangannya. Simbol adalah objek atau peristiwa apapun yang menunjuk pada sesuatu. Semua simbol melibatkan tiga unsur, yakni simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara simbol dengan rujukan. Ketiga hal ini merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

Simbol itu sendiri meliputi apapun yang dapat kita rasakan atau kita alami. Simbol yang digunakan dalam hal ini adalah istilah-istilah yang digunakan dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Tidak kurang, simbol adalah istilah analitis dari istilah budaya antropologi, seperti etnografi, masalah deskriptif dan budaya. Setiap masyarakat memiliki memiliki cadangan bahan yang tidak terbatas untuk mencipatakan simbol.

Suatu rujukan adalah benda yang menjadi rujukan symbol. Rujukan dapat berupa apapun yang dapat dipikirkan dalam pengalaman manusia. Hubungan antara suatu simbol dengan suatu rujukan adalah unsure ketiga dalam makna. Hubungan ini merupakan hubungan yang berubah-ubah, yang didalamnya rujukan disandikan dalam simbol itu. Jika penyandian itu terjadi, maka kita berhenti untuk memikirkan simbol itu sendiri dan memfokuskan perhatian kita pada apa yang dirujuk oleh simbol itu. Ketika mempelajarinya, kita menganggap kode-kode simbolik kita sebagai sesuatu hal yang benar, dan seringkali memperlakukan kode-kode simbolik itu seolah-olah ekuivalen dengan apa yang dirujuknya. Simbol budaya adalah kategori budaya; istilah-istilah penduduk asli merupakan tipe utama dari symbol budaya. Kategori adalah suatu aturan dari berbagai hal yang berbeda yang kita perlakukan seolah-olah ekuivalen. Ketika simbol berfungsi sebagai kategori, maka simbol itu berperan untuk megurangi kompleksitas dalam pengalaman manusia. Melakukan menyederhanakan kompleksitas pengalaman dengan menggunakan simbol-simbol yang memperlakukan corak yang berbeda seolah-olah corak itu adalah merah, kuning, biru dan lain-lain. Tanpa kategori simbolik kita akan diperbudak dalam kekhususan itu.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka pemikiran teoritis mengenai komunikasi interpersonal khusus non-verbal dan mengenai gender. Kerangka pemikiran teoritis ini digunakan sebagai panduan peneliti untuk menjalankan proses penelitian yang akan dilakukan. Dengan kerangka teoritis ini, peneliti mendapatkan arahan yang nantinya akan berguna bagi alur penelitian.

Komunikasi interpersonal menurut Deddy Mulyana (2003:73) adalah "Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal". Sebagaimana telah dijelaskan di latar belakang, penelitian ini akan difokuskan pada komunikasi non-verbal. Karena itu, beberapa pertimbangan diambil peneliti agar penelitian ini bisa berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang ingin dicari.

Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal ini menurut Mulyana adalah komunikasi diadik *(dyadic communication)* yang melibatkan hanya dua orang, seperti layaknya yang berpacaran, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Adapun bentuk komunikasi non-verbal sendiri dibagi atas beberapa klasifikasi, seperti: kontak mata, ekspresi wajah, emosi, gerak isyarat, sikap badan, sentuhan dan parabahasa (Budiyana dan Ganiem, 2011:127-135).

Kontak mata bisa mengacu pada dua jenis, yaitu pandangan atau tatapan serta status dan agresi.

1. Memperlihatkan tentang apakah orang yang diajak bicara menaruh perhatian pada si pembicara dan isi pembicaraannya
2. Menunjukan sikap atau posisi dominan orang yang sedang berkomunikasi.

Melihat secara tajam juga dapat dikatakan sebagai tindakan agresi yang diperlihatkan oleh mata seseorang yang sedang berkomunikasi. Ekspresi wajah sendiri merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Ekspresi wajah kita terutama, penting dalam menyampaikan keenam dasar emosi yaitu kegembiraan, kesedihan, kejutan, ketakutan, kemarahan, dan kemuakan.

Gerak isyarat adalah yang dapat mempertegas pembicaraan. Menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi seperti contohnya mengetuk-ngetukan kaki atau mengerakkan tangan selama berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan stress bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan stress. Menurut Budiyana dan Ganiem (2011:128), “gerak isyarat atau *gesture* merupakan gerakan tangan, lengan, dan jari-jari yang kita gunakan untuk menjelaskan atau untuk menegaskan”. Sementara itu sikap badan merupakan kondisi dimana seseorang mengungkapkan sesuatu

dengan bahasa tubuhnya. Sikap badan dalam hal ini lebih difokuskan pada ekspresi "diam" nya seseorang. Namun, sikap badan juga sering diikuti dengan sentuhan, misalkan sentuhan ketika seorang perempuan menggenggam tangan laki-laki, cara mereka bergenggaman pun mempengaruhi sikap badan mereka. Melalui sentuhan, kita mengkomunikasikan macam-macam emosi dan pesan. Parabahasa, lebih merujuk pada aspek-aspek suara. Setiap karakteristik suara ini mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita. Perempuan sangat peka terhadap parabahasa ini ketika berkomunikasi dengan laki-laki. Hal ini terlihat ketika laki-laki menjawab pertanyaan perempuan dengan nada yang pelan dan terkesan datar, bagi perempuan justru nada seperti ini menunjukkan bahwa laki-laki sedang tidak *mood* berbicara dengan perempuan, sedangkan bagi laki-laki hal ini biasa saja. Perbedan-perbedaan ini lah yang memicu pertengkaran antara perempuan dan laki-laki.

Sulit untuk memahami komunikasi interpersonal dalam bentuk-bentuk non verbal, terutama komunikasi itu berlangsung antara laki-laki dan perempuan, maka kita perlu memahami perbedaan diantara keduanya (gender). Deborah Tannen menjelaskan bahwa:

> "Terdapat gap (jurang) diantara laki-laki dan perempuan saat mereka berkomunikasi. Hal ini dikarenakan mereka memiliki posisi yang berbeda dalam budaya mereka (kebiasaan). Kegagalan mengamati perbedaan gaya bercakap dapat membawa masalah yang besar"

Ia juga menjelaskan bahwa ketidakmengertian *(miss understanding)* antara laki-laki dan perempuan berkenaan dengan fakta bahwa fokus

pembicaraan perempuan adalah koneksitas, sementara laki-laki pada pelayanan status dan kemandiriannya. Kecenderungan feminis versus maskulin dipandang sebagai dua dialog yang berbeda: antara superior (laki-laki) dan inverior (perempuan) dalam pembicaraan. Komunitas feminis melakukan komunikasi dengan tujuan untuk membangun *relationship* serta menunjukkan responsif, sementara komunitas maskulin melakukan komunikasi dengan harapan menyelesaikan tugas, menyatakan diri, dan mendapatkan kekuasaan. Di sisi lain, perempuan berhasrat pada koneksi dan laki-laki berhasrat untuk status. Koneksi berhubungan erat dengan kedekatan, sementara status berhubungan erat dengan kekuasaan (*power*).

Dalam buku Fenomenologi karya Engkus Kuswarno dikatakan, "Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula" (Kuswarno, 2009:1). Ilmu yang mengkaji sebuah fenomena disebut fenomenologi. Dalam buku Teori Komunikasi-*Theories Of Human Communication* disebutkan, "fenomenologi merupakan cara yang di gunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung." (LittleJhon, 2009:57). Makna subjektif dalam fenomenologi terbentuk dari interaksi tindakan sosial para aktor di dalamnya.

Memahami makna pesan non verbal perempuan merupakan tantangan tersendiri bagi laki-laki, bahkan hal ini menjadi suatu fenomena tersendiri bagi kebanyakan laki-laki. Setiap bahasa nonverbal perempuan memiliki makna tersendiri, namun jarang sekali laki-laki yang menyadari bahkan

memahaminya. Hal ini yang akhirnya memicu perbedaan keduanya yang berujung ketidakefektifan dalam berkomunikasi. Perlunya pemahaman terhadap makna pesan nonverbal ini, maka peneliti melakukan pendekatan subjektif sebagaimana mestinya studi fenomenologi.

Berawal dari fenomenologi ini, yang pertama peneliti pandang sebagai subjeknya adalah perempuan dan laki-laki, dari cara mereka berkomunikasi, juga setiap kegiatan mereka berkomunikasi akan menciptakan pengalaman, tentu saja pengalaman dalam melakukan komunikasi non verbal. Inilah yang kemudian menjadi sederet tantangan bagi kaum laki-laki dalam memaknai bahasa non-verbal perempuan saat mereka melakukan tindakan komunikasi.

Agar teori yang digunakan dalam penelitian ini bisa diaplikasikan secara tepat, maka peneliti membuat sebuah konseptualisasi terutama berkaitan dengan apa yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini sehingga hasilnya sesuai dengan arahan dari teori yang digunakan. Adapun beberapa pertimbangan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) komunikasi interpersonal terbagi atas dua jenis, yakni diadik dan triadik. Penelitian ini terfokus pada subjek yang memiliki hubungan khusus *(relationship),* maka jenis komunikasi interpersonal yang diambil adalah komunikasi diadik (dua orang). (2) Komunikasi non verbal yang diambil meliputi; kontak mata, ekspresi wajah, gerak isyarat, sikap badan (diam), sentuhan, dan parabahasa.

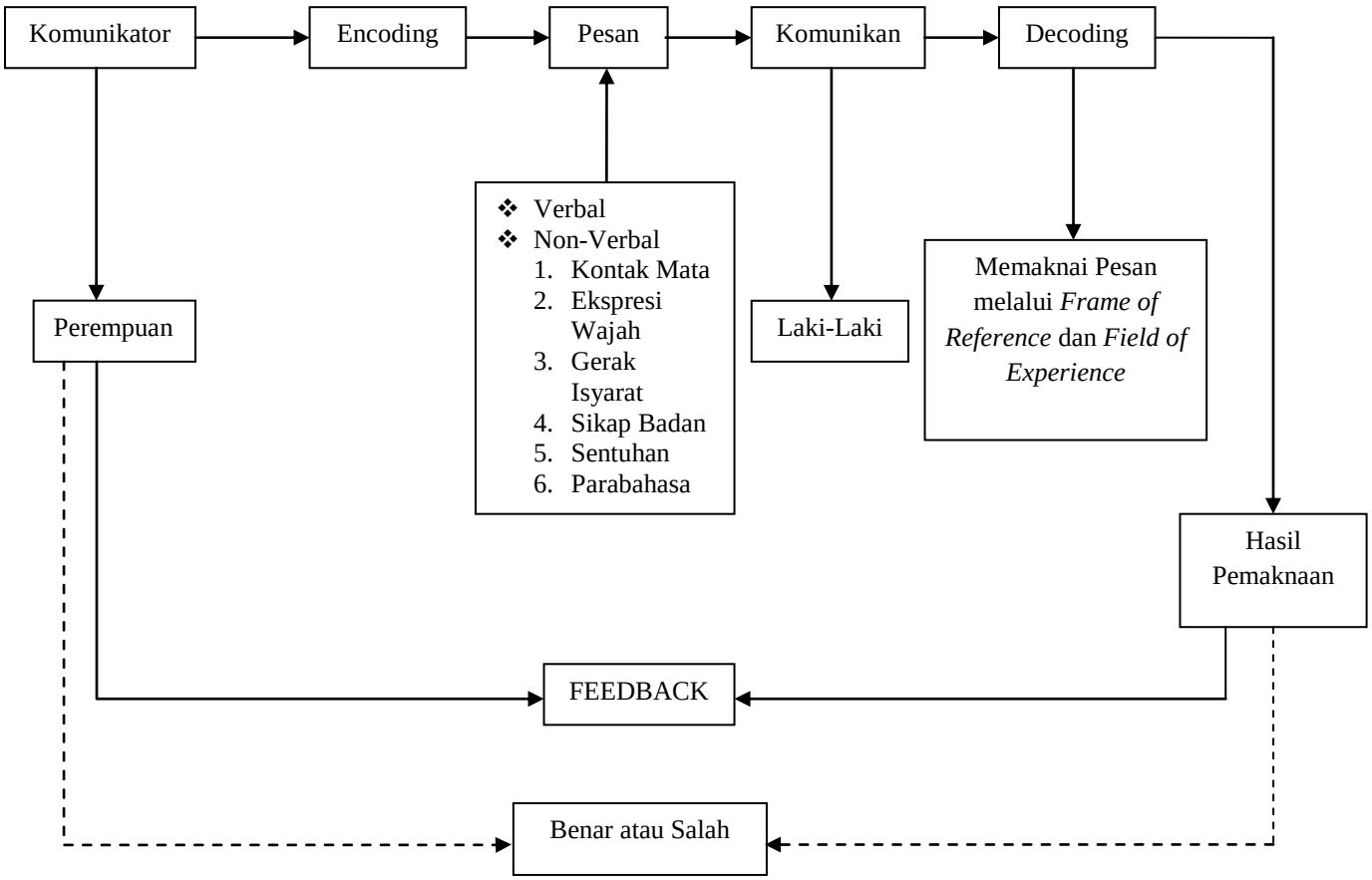
Berikut di bawah ini adalah konsep yang akan dijalankan untuk melakukan penelitian tentang Pemaknaan Pesan Komunikasi Non-Verbal Perempuan di Mata Laki-laki:

2.2.2 Model Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Konsep Komunikasi Interpersonal

(Non Verbal)



Sumber: Peneliti 2013

Perempuan sebagai komunikator menyampaikan pesan melalui penyandian *(encoding)*. Pesan tersebut adalah verbal dan non-verbal. Non verbal disini dalam bentuk kontak mata, ekspresi wajah, gerak isyarat, sikap badan, sentuhan, dan parabahasa. Cara ini dilakukan tentu dengan harapan bahwa laki-laki dapat mengetahui maksud yang ingin disampaikan sang perempuan. Pesan verbal dan non verbal dalam proses komunikasi interpersonal di atas menjadi tanda tanya besar bagi laki-laki. Dimana pada pesan non verbal perempuan terdapat maksud yang ingin disampaikan perempuan dan harus dipahami oleh laki-laki.

Selanjutnya laki-laki sebagai komunikan menangkap pesan non verbal perempuan namun tidak terlepas dari bahasa verbalnya untuk kemudian ia maknai *(decoding).* Pemaknaan ini dilakukan oleh laki-laki sesuai dengan *frame of reference* mereka, entah itu hasil belajar di kelas tentang bahasa non verbal, melalui buku-buku, atau hasil diskusi dengan teman mereka. Sedangkan *field of experience* adalah modal pengalaman yang pernah laki-laki dapatkan sebelumnya dalam kehidupannya berkomunikasi atau berhubungan dengan perempuan.

Dari kegiatan pemaknaan tersebut seorang laki-laki mendapatkan hasilnya dan kemudian dilakukan *feedback.* Hasil dari pemaknaan tersebut bisa benar namun bisa juga salah. Pemaknaan-pemaknaan yang dilakukan laki-laki inilah yang akan peneliti dapatkan dalam penelitian ini.