Bab II

Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Sejenis

ASPEK	**Nama Peneliti**		
	Yolanda	Mariska Evalina	Mila
Universitas	UNPAD	UNIKOM	UNIKOM
Judul Penelitian	Fenomena "Pemandu Lagu Karaoke" Dalam Memainkan Peran Di Wilayah Depan dan Belakang	Presentasi Diri Seorang Pramuria (Ayam Kampus) dikalangan Mahasiswi di Kota Bandung (Studi Dramaturgi mengenai Presentasi Diri seorang Pramuria (Ayam Kampus) dikalangan Mahasiswi di Kota Bandung)	Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Remaja Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Remaja Kota Bandung Untuk Meningkatkan Eksistensinya)

Jenis Penelitian	pendekatan kualitatif dengan metode studi dramaturgi	pendekatan kualitatif dengan metode studi dramaturgi	pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui profesi pemandu lagu baik di panggung depan sebagai pemandu lagu dan panggung belakang sebagai pemandu lagu "plus-plus"	untuk mengetahui presentasi diri seorang "ayam kampus" pada 2 sisi sebagai mahasiswi dan sebagai pramuria	untuk mengetahui Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Remaja Kota Bandung, untuk menjawab di angkatnya sub focus pola-pola tindakan, identitas, Fungsi interaksi, untuk menganalisa focus penelitian yaitu Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Remaja Kota Bandung
Hasil Penelitian	Dramaturgi yang dilakukan oleh seorang pemandu	Dramaturgi yang di lakukan seorang "ayam kampus"	gaya hidup dalah lebih menunjukan pencarian jatidiri

	lagu meliputi 1. Panggung depan (front stage) pemandu lagu yang bertugas menemani pengunjung bernyanyi 2. Panggung belakang (back stage) pemandu lagu yang melayani jasa “plus-plus”	dalam presentasi dirinya meliputi 1. Panggung depan (front stage) dimana seorang kampus berpenampilan seperti pramuria ketika sedang bekerja 2. Panggung belakang (front stage) seorang “ayam kampus” berpenampilan layaknya sepertio mahasisiwi	mereka, mereka selalu mengikuti perkembangan yang sedang tren, mereka cenderung mempunyai berkelompok dan mereka selalu ingin di kenal di lingkungan sosial.

Perbedaan dengan penelitian saya	Dalam penelitian ini, pemandu lagu backstage dipandang sebagai wanita negative yang melakukan jasa "plus-plus" Sedangkan penelitian saya dilihat dari interaksi dengan lingkungannya	Penelitian ini lebih melihat dramaturgi seseorang dilihat dari sudut pandang presentasi dirinya sedangkan penelitian saya lebih melihat dramaturgi dari sudut perilaku objek penelitian.	Dalam penelitian ini gaya hidup hedonisme menggunakan studi fenomenologi sedangkan penelitian saya perilaku pemandu lagu menggunakan studi dramaturgi.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common)*. Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi salah satunya dalam Carl. I. Hovland sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek", yaitu :

> "Ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap". (Effendy, 2004:10).

Berbeda dengan pendapat Shanon dan Weaver dalam bukunya Wiryanto mengungkapkan, bahwa komunikasi adalah :

> "Bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi". (Wiryanto, 2004 :7).

Definisi diatas memberikan gambaran bahwa ketika ingin mengubah perilaku seseorang yakni dengan melakukan komunikasi dengan cara memberikan rangsangan berupa suatu lambang atau bahasa yang dipahami oleh pemberi pesan dan penerima pesan. Perubahan yang diinginkan tidak hanya bersifat perubahaan perilaku tapi juga perubahaan cara berpikir (*mindset*) orang yang dituju. Reaksi perubahaan itu pun bermacam-macam, ada yang langsung atau bahkan ada yang mengalami proses penundaan sampai orang yang dituju benar-benar memahami maksud dari aksi komunikasinya.

Komunikasi merupakan proses seorang komunikator menyampaikan sesuatu, apakah itu pesan, kesan, atau informasi kepada orang lain sebagai komunikan, bukan hanya sekedar memberitahu, tapi juga mempengaruhinya untuk melakukan tindakan tertentu, yakni mengubah perilaku orang lain dengan menggunakan suatu media dalam penyampainnya.

2.2.2 Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu : "Proses komunikasi secara primer" dan "proses komunikasi

secara sekunder" (Effendy,2004:11-16). Berikut adalah penjelasan mengenai proses komunikasi tersebut : Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menterjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi tentunya terdapat unsur pendukung didalamnya. Unsur-unsur tersebut menurut Widjaja (2000: 30) adalah :

1. Komunikator;
2. Pesan
3. *Chanel*
4. Efek

1. **Komunikator** adalah seorang penyampai pesan. Dalam komunikasi, setiap orang dapat menjadi komunikator. Dalam komunikasi tatap muka atau yang menggunakan media pandang dengan audio visual, seorang komunikator harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan dan komunikan penampilan ini sesuai dengan tata krama dan memperhatikan keadaan, waktu dan tempat.

   Seorang komunikator juga harus betul-betul menguasai masalah. Apabila tidak, maka setelah proses komunikasi berlangsung akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator dan akhirnya terhadap pesan itu sendiri yang akan menghambat efektivitas komunikasi. Dalam suatu proses komunikasi timbal balik, yang lebih menguasai masalah akan cenderung memenangkan tujuan komunikasi.

   Komunikator juga harus menguasai bahasa dengan baik. Bahasa ini adalah bahasa yang digunakan dan dapat dipahami oleh komunikan. Komunikator mutlak menguasai istilah-istilah umum yang digunakan oleh lingkungan tertentu. Penguasaan bahasa akan sangat membantu menjelaskan pesan-pesan yang ingin kita sampaikan kepada komunikan. Sebaiknya gunakan bahasa yang baik dan benar.

2. **Pesan** adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan yang sebenarnya

menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi., namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu.

Pesan terbagi menjadi 3 bentuk, yakni :

Informatif. Bersifat memberikan keterangan-keterangan, kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil dari pada persuasif, misalnya jika audiensi adalah kalangan cendikiawan

Persuasif. Berisi bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini adalah atas kehendak sendiri. Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

Koersif. Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik.

3. ***Channel (*saluran)** adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Media komunikasi dapat dikategorikan dalam dua bagian yakni :

Media umum

Media ini dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contohnya radio CB, OHP, dan sebagainya.

Media massa

Media ini digunakan untuk komunikasi massal. Disebut demikian karena sifatnya yang masal misalnya : Pers, radio, film dan televisi.

4. **Efek** adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka komunikasi berhasil, demikian juga sebaliknya.

2.2.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi Menurut Widjaja dalam karyanya "Ilmu Komunikasi : pengantar studi" apabila dipandang dari arti yang lebih luas adalah sebagai berikut :

1. Informasi.
2. Sosialisasi.
3. Motivasi.
4. Perdebatan dan diskusi.
5. Pendidikan.
6. Memajukan kehidupan.
7. Hiburan.

8. Integrasi. (Sumber : H. A. M. Widjaja, 2000: 59-60).

Komunikasi merupakan ajang pertukaran informasi bagi masyarakat dimana masyarakat merupakan manusia yang memerlukan sosialisasi didalam kehidupannya. Dengan komunikasi juga dapat mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah masyarakat. Komunikasi juga bertujuan untuk pengalihan ilmu pengetahuan yang dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya. Komunikasi juga berfungsi bagi bangsa, kelompok dan individu untuk mendapat kesempatan memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Sedangkan menurut Mudjito dalam Widjaja mengatakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Komunikasi merupakan alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi itu dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi adalah alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi. (Widjaja, 2000: 64-66).

2.2.5 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*). (Effendy, 2003: 8)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut H. A. W. Widjaja adalah sebagai berikut:

a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti. Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

b. Memahami orang Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.
c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.
d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. (Widjaja, 2000: 66)

2.3 Tinjauan Psikologi Komunikasi

2.3.1 Definisi psikologi Komunikasi

Komunikasi dan psikoligi adalah bidang yang saling berkaitan satu sama lain, terlebih sama-sama melibatkan manusia. Psikologi juga meneliti kesadaran dan juga pengalaman manusia. Psikologi juga mengarahkan pengertiannya kepada prilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya prilaku manusia itu.

Psikologi juga tertarik pada komunikasi diantara individu, bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang yang

disampaikan, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada manusia lalu juga dapat meramalkan respon yang akan datang. Kita harus mengetahui sejarah respon sebelum meramalkan respon individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang) salah satu unsure sejarah respon ialah *peneguhan.* Peneguhan adalah respon lingkungan (atau orang lain pada respon organism yang asli). Bergera dan Lambret menyebutnya Feedback (unpan balik). Fitsher tetap menyebut peneguhan saja.(Fisher, 1978: 136-142).

Pada saat pesan disampaikan dari komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personal dan stimulasi yang mempengaruhinya, dan menjelaskan berbagai corak ketika sendiri atau dalam kelompok.

Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah imu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan persistiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah ”internal meditation of stimuli”, sebagai akibat berlangsungya komunikasi.

Komunikasi adalah kegiatan yang saling bertukar informasi yang dilakukan manusia untuk mengubah pendapat atau prilaku lainnya. Komunikasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia beriteraksi dengan manusia lain. Secara psikologis, peristiwa sosial akan

membawa kita kepada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.Komunikasi juga ditunjukan untuk menumbuhkan sosial yang baik, seperti yang kita ketahui manusia tidak bisa hidup sendiri.

Ada beberapa pengertian psikologi komunikasi yang di artikan para ilmu psikologi misalnya komunikasi yang di lakukan oleh sebuah sistem yang lain atau komunikasi adalah sebuah pengaruh dari individu lain yang menimbulkan perubahan.

Proses komunikasi yang terjadi di dalam diri seorang individu dan orang lain dan kumpulan manusia dalam proses sosial. Berdasarkan pendapat tersebut maka Burgon & Huffener membuat klasifikasi komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi intrapersonal, yaitu proses komunikasi yang terjadi di dalam individu (internal).
2. Komunikasi intrepersonal, yaitu proses komunikasi yang terjadi antara individu satu dengan individu lain sehingga memerlukan tanggapan (feedback) dari orang lain.
3. Komunikasi massa, yaitu proses komunikasi yang dilakukan kepada sekumpulan manusia dimana didalamnya terdapat proses sosial, baik melalui media massa atau langsung dan bersifat satu arah (one way comunicatian).(Burgon & Huffener, 2002)

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Jadi pada dasarnya komunikasi adalah suatu pembentukan, penyampaian, penerima,dan mengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang atau di atara dua atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.

2.3.2 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Telah banyak di buat definisi komunikasi. Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai "the process by whicth an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)"(1953:12). Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha " menimbulkan resppons melalui lambang-labang verbal", ketika lambang-lambang verbal bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross (1974: b7) Mendefinisikan komunikasi sebagai " *a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.*" (proses transaksional yang meliputi pemisahan,dan pemilihan bersama lambang secara kongnitif begitu, sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber).

Dari pengertian di atas menunjukan rentangan maksna komunikasi sebagaimana digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi semua penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara empat, sistem atau organism. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai

pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikotrapi.

Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indra ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organism. Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi psikologi memberikan karakteristik manusia konunikan serta faktor-faktor internal maupun ekternal yang mempengaruhi komunikasi.

Psikologogi juga tertarik antra individu: bagaimana pesan dari seseorang indicidu menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang tang disampaikan. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia. Penelitian ini melahirkan ilmu blasteran antara psikologi dan linguistic, psikolinguistik. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personaldan stuasional yang mempengaruhinya, dan menjelaskan berbagai corak komunikanketika sendiri atau didalam kelompok.

Komunikasi boleh ditunjukan untuk memberikan informasi, menghibur atau mempengaruhi. Yang ketiga, lazim disebut komunikasi persuasife, amat erat kaitanya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan prilaku orang lain melalui

pendekatan psikologis. Ketika komunikasi dikenal sebagai proses mempengaruhi orang lain, disiplin-disiplin yang menambah perhatian yang sma bersarnya seperti psikologi. Para ilmuan dengan berbagai latar belakang ilmunya, dilukiskan George A. Miller sebagai "*participating in and contributing to one of the graet intellectual adventure of the twentieth century*" (ikut serta dalam dan bersama-sama memberikan sumbangan pada salah satu petualangan intelektual bersama pada abad ke dua puluh). Komunikasi, begitu ujar George A. Miller selanjutnya, telah menjadi "*one of the principal preoccupation of our time*" (salah satu kesibukan utama pada jaman ini)

2.3.3 Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Ini tampak jelas dari beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai, "usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkai peraturanyang berbagai kegiatan mencapai tujuan".. Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai "proses interaksi diantara orang untuk tujuan intergarsi intrafersonal dan interfersonal". Edwin Neuman juga (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai "proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi". Aliran sosiologi yang

banyak mewarnai studi komunikasi ialah aliran interaksi simbolik (Blumer, 1969).

Flisafat sudah lama menaruh perhatian pada komunikasi, sejak kelompok sophist yang menjual retorika pada orang yunani. Aristoteles sendiri menulis De Arte Rhetorika. Tetapi filsafat tidak melihat komunikasi sebagai alat untuk memperkokoh tujuan kelompok,seperti pandangan sosiologi. Filsafat meneliti komunikasi secara kritis dan dialektis. Filsafat mempersoalkan apakah hakekat manusia komunikan, dan bagaimana ia mengenal komunikasi untuk berhubungan denagn realitas lain di alam semesta ini; dan sebagainya. Bila sosiologi melihat komunikasi sebagai intergrator sosial, filsafat melihat posisi komunikasi dalam hubungan timbale balik atara manusia dan alam semesta. Kaum fenomenologi, misalnya, melihat pesan sebagai objek kesadaran yang dinamis. Pesan ditelaah dengan menghubungkannya pada kondisi-kondisiempirisyang menjadi konteks pesan tersebut (Lanigan 1979).

Fisher menyebut empat cirri pendekatan psikologi pada komunikasi: penerimaan stimuli secara indarawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantarai simuly dan respons (internal mediation of stimuli), prediksi repons (*prediction of response*), dan peneguhan respons (*rein forcement of responses*). Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan dikenainya masukan kepada organ-organ pengindraan kita yang berupa data. Stimuli berbentuk orang, pesan, suara, warna- pokoknya segala hal yanh mempengaruhi kita. Ucapan,”Hai apa kabar”. Merupakan suatu stimuli yang terdiri dari berbagai stimuli: pemandangan, suara, penciuman, dan

sebagainya. Stimuli ini kemudian diolah dalam juwa kita dalam “kotak hitam” yang tidak pernah kita ketahui. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada “kotak hitam” dari respon yang tampak. Kita mengetaui bahwa bila ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengatahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada gudang memori (memory storage) dan set (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsure sejarah respons ialah peneguhan. Peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respons organism yang asli). Bergera dan Lambert menyebutnya feedback (unpan balik). Fisher tetap menyebutnya peneguhan saja (Fisher, 1978: 136-142).

Komunikasi adalah peristiwa sosial, peristiwa yang etrjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Bila di tanyakan dimana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakannya sebagai bagian dari psikologi sosial. Karna itu, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

2.3.4 Penggunaan Psikologi Komunikasi

Kepribadian terbentuk sepanjang hidup kita. Selama itu pila komunikasi menjadi penting untuk pertumbuhan pribadi kita. Melalui komunikasi kita

menentukan diri kita, mengembangkan konsep diri, dan menetapkan hubungan kita dengan dunia di sekitar kita. Hubungan kita dengan orang lain akan menentukan kualitas hidup kita.

Bagaimana tanda-tanda komunikasi yang efektif, menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Mass, (1974:9-13). Menimbulkan lima hal : pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

Pengertian artinya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Menurut cerita, seorang pimpinan pasukan VOC bermaksud menghormati seorang pengamen Madura. Untuk itu, dipegangnya tangan sang pemaisuri dan diciumnya. Sang pangeran marah. Ia mencabut kerisnya, menusuk belanda itu dan terjadilah bertahun-tahun perang VOCdengan penduduk Madura, sehingga ribuan korban jatuh. Kita tidak tahu apakah cerita itu benar apa tidak tahu cerita itu benar apa tidak, tetapi betapa sering kita bertengkar hanya karna pesan kita di artikan lain oleh orang yang kita ajak bicara. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (primary breakdown in communication). Untuk menghindari hal ini perlu memahami paling tidak psikologi pesan dan psikologi komunikator.

Tidak semua komunikasi ditunjukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Ketika kita mengucapkan “Selamat pagi, apa kabar?”, kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut analisis transaksional sebagai “Saya Oke-Kamu Oke”. Komunikasi ini lazim disebut

komunikasi fanis (*phatic communication*), dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan. Ini memerlukan psikologi tentang sistem komunikasi interpersonal.

Sering kita melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain. Politisi ingin menciptakan citra yang baik pada pemilihannya, bukan untuk masuk surge, tetapi untuk masuk DPR dan menghindari masuk kotak. Guru ingin mengajar muridnya lebih mencintai ilmu pengetahuan. Pemasang iklan ingin merangsang selera konsumen dan mendesaknya untuk membeli. Semua ini adalah komunikasi persuasife. Komunikasi persuasive memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikate. Persuasi didefinisikan sebagai "proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seprti atas kehendaknya sendiri (kamus ilmu komunikasi,1979). Para psikolog memang sering bergabung dengan komunikolog justru pada bidang persuasi.

Hubungan sosial yang baik. Komunikasi juga ditunjukan untuk menumbuhkan komunikasi yang baik. Manusia adalah mahluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Abraham Maslow (1980:80-92) menyebutnya " kebutuhan akan cinta"atau"*belongingness*". William Schutz (1966) memperinci kebutuhan sosial ini kedalam tiga hal inclusion, control, affection. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang

memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan sosial (inclusion), pengendalian dan kekuasaan (control), dan cinta serta kasih sayang(affection). Secara singkat, kita ingin bergabung dan berhubungan dengan orang lain, kita ingin mengendalikan dan dikendalikan, dan kita ingin mencintai dan dicintai, kebutuhan sosisal ini hanya dapat di penuhi dengan komunikasi interfesonal yang efektif.

Tindakan, di atas kita telah membicarakan persuasi sebagai komunikasi untuk mempengaruhi sikap. Persuasi juga ditunjukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sukar, tetapi lebih sukar lagi mempengaruhi sikap. Jauh lebih sukar lagi mendorong orang bertindak. Tetapi efektifitas komunikasi biasanya di ukur daritindakan nyata yang dilakukan komunikate. Propaganda suatu patai politikefektif bila sekian jutamemilih mencoblos lsmbang parpol itu. Menimbulkan tindakan nyata memang indicator efektivitas yang paling penting. karna untuk menimbulkan tindakan, kita harus lebih berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikapatau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil komunlatif seluruh proses komunikasi. Ini bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi juga faktor-faktor yang mempengaruhiprilaku manusia.

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antar dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat maupun organisasi (bisnis dan non bisnis) dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami (informal) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut, paling tidak ada 4 hal tertentu yang perlu diperhatikan dalam mencermati definisi Komunikasi antarpribadi yakni :

a. Komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih.
b. Menggunakan media tertentu, misalnya telepon, telepon seluler, atau bertatap muka.
c. Bahasa yang digunakan biasanya bersifat informal (tidak baku) , kadang-kadag menggunakan bahasa daerah, bahasa pergaulan atau bahasa campuran.
d. Tujuan yang ingin dicapai dapat bersifat personal atau pribadi bila komunikasi terjadi dalam suatu masyarakat, dan untuk pelaksanaan tugas pekerjaan bila komunikasi terjadi dalam suatu organisasi.

Di dalam suatu masyarakat, komunikasi antar pribadi merupakan bentuk komunikasi antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu yang bersifat pribadi.

2.4.1 Tujuan Komunikasi antarpribadi

Tujuan komunikasi menurut Djoko Purwanto dalam bukunya "Komunikasi Bisnis" mengatakan sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi
2. Berbagi pengalaman
3. Menumbuhkan simpati
4. Melakukan kerja sama
5. Menceritakan kekecawaan atau kekesalan
6. Menumbuhkan motivasi. (Purwanto, 2006 : 50-55).

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. Dengan komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi atau tujuan untuk berbagi pengalaman baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan.

Tujuan komunikasi antarpribadi 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. Komunikasi antarpribadi 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.

Melalui komunikasi antarpribadi, 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

2.4.2 Ciri-ciri Komunikasi Antar Pribadi

Penyampaian pesan yang berlangsung antara dua orang atau sekelompok kecil ini memiliki cirri-ciri yang menunjukan proses komunikasi antar pribadi yang berlangsung.

Menurut **Barnlund** seperti dikutip oleh Alo liliweri dalam bukunya Wiryanto, mengemukakan beberapa cirri-ciri yang mengenali komunikasi antarpribadi sebagai berikut :

1. Bersifat spontan
2. Tidak mempunyai struktur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan
5. Identitas keanggotaan tidak jelas, dan
6. Dapat terjadi hanya sambil lalu. (Wiryanto, 2004:33)

Menurut **Reardon** (1987) mengemukakan juga bahwa komunikasi antar pribadi mempunyai enam ciri, yaitu :

1. Dilaksanakan atas dorongan berbagai factor.
2. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan yang tidak disengaja.

3. Kerap kali berbalas-balasan
4. Mengisyaratkan hubungan antar pribadi antara paling sedikit dua orang.
5. Berlangsung dalam suasana bebas, bervariasi dan berpengaruh, dan.
6. Menggunakan berbagai lambang yang bermakna. (Liliweri, 1997:13)

Ciri-ciri tersebut ada pada komunikasi antar pribadi yang didalamnya memiliki jenis dari keberlangsungan komunikasi tersebut.

2.4.3 Jenis Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan bentuk komunikasi yang paling efektif karena prosesnya yang lebih menunjukkan hubungan yang dekat satu sama lain. Sehingga menurut **Onong Uchjana Effendy** pada bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, dalam komunikasi antar pribadi secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu :

1. Komunikasi Diadik (*dyadic communication*), adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung dua orang yakni yang seseorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan oleh karena prilaku komunikasinya dua orang. Maka dialog yang berlangsug secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang itu.
2. Komunikasi Triadik (*triadic communication*), adalah komunikasi antar pribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang. Yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seseorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung. (Effendy, 2004:62-63).

Jenis-jenis komunikasi diatas tersebut dijalankan dengan maksud dan tujuannya, sebagaimana dalam konteks komunikasi secara antar pribadi memiliki tujuan-tujuan yang diintregrasikan satu sama lain.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi memiliki potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan dari proses komunikasi tersebut.

Dalam komunikasi antar pribadi memiliki fungsi-fungsi yang dijadikan sebagai proses perolehan atau pencapaian dari tujuan, dan fungsi komunikasi antar pribadi, yaitu :

1. Mendapatkan Informasi, Salah satu alasan kita terlibat dalam komunikasi interpersonal adalah agar kita dapat memperoleh pengetahuan tentang orang lain. Teori Penetrasi Sosial mengatakan bahwa kita mencoba untuk mendapatkan informasi tentang orang lain sehingga kita dapat berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif.
2. Membangun Pemahaman Konteks, Dalam komunikasi interpersonal untuk membantu lebih memahami apa seseorang mengatakan dalam konteks tertentu. Kata-kata yang diucapkan dapat berarti berbagai hal yang sangat tergantung pada bagaimana mereka mengatakan atau dalam konteks apa. Isi Pesan merujuk ke permukaan tingkat makna dari pesan dan Hubungan Pesan dilihat bagaimana pesan dikatakan.

Keduanya akan dikirim secara bersamaan, tetapi masing-masing mempengaruhi arti yang ditugaskan untuk komunikasi.

3. Membangun Identitas, Komunikasi interpersonal adalah untuk membangun identitas. Peran kita bermain dalam hubungan kita membantu kita membangun identitas.
4. Kebutuhan interpersonal, Dalam komunikasi interpersonal karena kita perlu untuk mengekspresikan dan menerima kebutuhan interpersonal. William Schutz telah mengidentifikasi tiga kebutuhan, yaitu :
    a. Inklusi adalah kebutuhan untuk membangun identitas dengan orang lain.
    b. Kontrol adalah kebutuhan untuk latihan kepemimpinan dan membuktikan kemampuan seseorang.
    c. Kasih sayang adalah kebutuhan untuk membangun hubungan dengan orang. Kelompok adalah cara terbaik untuk mendapatkan teman dan menjalin hubungan.

2.5 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Ide bahwa kenyataan sosial muncul melalui proses interaksi sangat penting dalam interaksionisme simbolik. Seperti namanya sendiri menunjukkan teori interaksionisme itu berhubungan dengan teori simbol dimana interaksi terjadi.Bagi Blumer, keistimewaan pendekatan kaum interaksionisme simbolik lah manusia dilihat saling menafsirkan atau membatasi masing-masing tindakan

mereka dan bukan hanya saling beraksi pada setiap tindakan itu menurut mode stimulus-respon.

Seseorang tidak langsung memberi respon pada tindakan orang lain, tetapi didasari oleh pengertian yang diberikan kepada tindakan itu. Blumer menjelaskan yang kemudian dikutip oleh Poloma, bahwa:

> "Dengan demikian interaksi manusia dijembatani oleh penggunaan simbol-simbol, oleh penafsiran, oleh kepastian makna, dari tindakan-tindakan orang lain." (Poloma, 2000: 263).

Interaksionisme simbolik merupakan aliran dalam sosiologi yang menentang sosiologi tradisional. Aliran ini juga menunjang dan mewarnai kegiatan penelitian kualitatif. Dasar pandangan interaksionisme simbolik adalah asumsi bahwa pengalaman manusia diperoleh lewat interpretasi. Obyek, situasi, orang, dan peristiwa, tidak memiliki maknanya sendiri. Adanya dan terjadinya makna dari berbagai hal tersebut karena diberi berdasarkan interpretasi dari orang yang terlibat. Interpretasi bukanlah kerja otonom dan juga tidak ditentukan oleh suatu kekuatan khusus manusia ataupun yang lain.

Dalam setiap kasus, suatu situasi memiliki makna hanya lewat interpretasi orang-orang dan juga definisinya mengenai situasi tersebut. Dalam setiap kasus, suatu situasi memiliki makna hanya lewat interpretasi orang-orang dan juga definisinya mengenai situasi tersebut. Situasi atau aspek-aspeknya didefinisikan secara berbeda oleh pelaku yang berbeda berdasarkan atas sejumlah alasan tertentu. Salah satu alasan adalah bahwa setiap pelaku membawa serta masa lampaunya yang unik dan suatu cara tertentu dalam menginterpretasikan apa yang dilihat dan dialaminya. Karena para pelaku di dalam suatu posisi yang sama umumnya memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan yang lain,

maka mereka mungkin mengembangkan definisi yang sama mengenai situasi khusus atau suatu kategori tentang situasi yang sama.

Dalam interaksionisme simbolik ini semua organisasi sosial terdiri dari para pelaku yang mengembangkan definisi tentang suatu situasi atau perspektif lewat proses interpretasi dan mereka bertindak dalam atau sesuai dengan makna definisitersebut misalnya didalam suatu organisasi, orang bertingkah laku dalam kerangka kerja organisasi, tetapi yang menentukan aksinya adalah interpretasinya, bukan organisasinya.

Teori interaksionisme simbolik menyatakan bahwa interaksi sosial adalah interaksi simbol. Manusia berinteraksi dengan yang lain dengan cara menyampaikan simbol yang lain memberi makna atas simbol tersebut. Prinsip-prinsip dasar interaksionisme simbolik sebenarnya tak mudah menggolongkan pemikiran ini ke dalam teori dalam artian umum karena seperti dikatakan Paul Rock yang dikutip oleh George Ritzer, bahwa "pemikiran ini sengaja secara Sama dan merupakan resistensi terhadap sistematisasi"(Ritzer, 289:2007).Ritzer menerangkan mengenai prinsip dasar teori interaksionisme berdasarkan pada beberapa tokoh interaksionisme simbolik seperti halnya Blumer (1969), Manis dan Meltzer (1978), Rose (1962), serta Snow (2001) telah mencoba menghitung jumlah prinsip dasar teori ini, yang meliputi:

a) Tak seperti binatang, manusia dibekali kemampuan untuk berpikir.
b) Kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial.
c) Dalam interaksi sosial manusia mempelajari arti dan simbol yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir mereka yang khusus itu.
d) Makna dan simbol yang memungkinkan manusia melakukan tindakan khusus dan berinteraksi.

e) Manusia mampu mengubah arti dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran mereka terhadap situasi.
f) Manusia mampu membuat kebijakan modifikasi dan perubahan, sebagian karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri mereka sendiri, yang memungkinkan mereka menguji serangkaian peluang tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif mereka, dan kemudian memilih satu di antara serangkaian peluang tindakan itu.
g) Pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok dan masyarakat.
(Ritzer, 289: 2007)

Blumer berpegangan dan mengembangkan tekanan George Herbert Mead yang fundamental pada proses interaksi yang terus menerus. Melaui proses ini individu mengintepretasikan lingkungannya, saling mengintepretasi, dan berembuk tentang arti-arti bersama atau definisi tentang situasi yang dimiliki bersama. Untuk konsep apa saja, atau variabel apa saja yang mungkin digunakan oleh sosiologi komunikasi, arti itu tidaklah lengkap, melainkan muncul danberubah dalam proses interaksi. Ada gerak mengalir dalam dan perubahan dalam proses interaksi yang terus menerus dalam individu terus menerus menilai kembali interpretasi subyektif mengenai lingkungan dan dalam mengkonstruksikan berbagi tindakan yang terjadi timbal balik.Seperti halnya yang dikutip oleh Poloma mengenai pernyataan Blumer mengenai interaksionisme simbolis yang bertumpu pada tiga premis, yakni:

a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
b. Makna tersebut berasal dari "interaksi sosial seseorang dengan orang lain".
c. Makna-makna tersebut disempurnakan disaat proses interaksi sosial berlangsung.

(Poloma, 2000: 258).

Blumer menambahkan, bahwa aktor memilih, memeriksa, berpikir, mengelompokkan dan mentransformasikan makna dalam hubungannya dengan situasi dimana dia ditempatkan dan arah tindakannya. Sebenarnya, interpretasi seharusnya tidak dianggap sebagai penerapan makna-makna yang telah ditetapkan, tetapi sebagai suatu proses pembentukan dimana makna yang dipakai dan disempurnakan sebagai instrumen bagi pengarahan dan pembentukan tindakan. Tindakan manusia bukan disebabkan oleh beberapa "kekuatan luar" (seperti yang dimaksudkan oleh kaum fungsionalis struktural) tidak pula disebabkan oleh "kekuatan dalam" (seperti yang dinyatakan oleh kaum reduksionis psikologis). Blumer menyanggah, individu bukan dikelilingi oleh lingkungan obyekobyek potensial yang mempermainkannya dan membentuk perilakunya. Gambaran yang benar ialah dia membentuk obyek-obyek itu misalnya berpakaian atau mempersiapkan diri untuk karir profesional-individu sebenarnya sedang merancang obyek-obyek yang berbeda, memberinya arti, menilai kesesuaian dengan tindakan, dan mengambil keputusan berdasarkan penilaian tersebut. Inilah yang dimaksud dengan penafsiran berdasarkan simbol-simbol. Dengan demikian manusia merupakan aktor yang sadar dan refleksif, yang menyatukan obyek-obyek yang diketahuinya melalui apa yang disebut sebagi proses self indication.Poloma mengutip pernyataan Blumer mengenai pengertian dari self indication yang dimaksudkannya, bahwa:

> "Self indication adalah proses komunikasi yang sedang berjalan dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberinya makna, dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna itu. Proses self indicationitu yang terjadi dalam

> konteks sosial dimana individu mencoba "Mengantisipasi tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu." (Poloma, 2000:259).

Oleh karena perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi, maka perbuatan itu berlainan sama sekali dari gerak makhluk-makhluk yang bukan manusia. Manusia menghadapkan diri pada macam-macam hal seperti kebutuhan, perasaan, tujuan, perbuatan orang lain, pengharapan dan tuntutan orang lain, peraturan-peraturan, masyarakatnya, situasi, self imagenya, ingatannya dan cita-citanya untuk masa depan. Ia tidak ditindih oleh situasinya, melainkan merasa diri diatasnya. Interaksionisme simbolis yang diketengahkan Blumer mengandung sejumlah "root images" atau ide-ide dasar yang dapat diringkas seperti yang dikutip Poloma, sebagai berikut:

a) Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk apa yang dikenal sebagai organisasi atau struktur sosial.
b) Interaksi terdiri dari berbagi kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi-interaksi non-simbolik mencakup stimulus-respon yang sederhana, seperti halnya batuk untuk membersihkan tenggorokan seseorang. Interaksi simbolis mencakup "penafsiran tindakan". Bila dalam pembicaraan seseorang pura-pura batuk ketika tidak setuju dengan pokok-pokok yang diajukan oleh pembicara, batuk tersebut menjadi suatu simbol yang berarti, yang dipakai untuk menyampaikan penolakan. Bahasa tentu saja merupakan simbol berarti yang paling umum.
c) Obyek-obyek, tidak mempunyai makna yang intrinsic; makna lebih merupakan produk interaksi simbolis.
d) Manusia tidak hanya mengenal obyek eksternal, mereka dapat melihat dirinya sebagai obyek. Jadi seseorang dapat melihat dirinya sebagai mahasiswa, suami dan seseorang yang baru saja menjadi syah. Pandangan terhadap diri sendiri ini, sebagaimana dengan semua obyek, lahir disaat proses interaksi.

e) Tindakan manusia adalah tindakan interpretatif yang dibuat oleh manusia itu sendiri. Blumer menulis: Pada dasarnya tindakan manusia terdiri dari pertimbangan atas berbagai hal yang diketahuinya dan melahirkan serangkaian kelakuan atas dasar bagaimana mereka menafsirkan hal tersebut. Hal-hal yang dipertimbangkan itu mencakup berbagai masalah seperti kemauan, tujuan dan sarana yang tersedia untuk mencapainya, serta tindakan yang diharapkan dari orang lain, gambaran tentang diri sendiri, dan mungkin hasil dari: cara bertindak sesuatu.
f) Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggotaanggota kelompok, hal ini disebut sebagai tindakan bersama yang dibatasi sebagai; "organisasi sosial dari perilaku tindakan-tindakan berbagai manusia". Sebagian besar tindakan bersama tersebut berulangulang dan stabil, melahirkan apa yang disebut sebagai "kebudayaan" dan "aturan sosial".(Poloma, 2000: 264).

2.6 Tinjauan Tentang Perilaku

2.6.1 Pengertian Perilaku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan, sedangkan perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika. Perilaku seseorang dikelompokkan ke dalam perilaku wajar, perilaku dapat diterima, perilaku aneh, dan perilaku menyimpang. Dalam sosiologi, perilaku dianggap sebagai sesuatu yang tidak ditujukan kepada orang lain dan oleh karenanya merupakan suatu tindakan sosial manusia yang sangat mendasar.

Perilaku tidak boleh disalahartikan sebagai perilaku sosial, yang merupakan suatu tindakan dengan tingkat lebih tinggi, karena perilaku sosial adalah perilaku yang secara khusus ditujukan kepada orang lain. Penerimaan terhadap perilaku seseorang diukur relatif terhadap norma sosial dan diatur oleh

berbagai kontrol sosial Dalam kedokteran perilaku seseorang dan keluarganya dipelajari untuk mengidentifikasi faktor penyebab, pencetus atau yang memperberat timbulnya masalah kesehatan. Intervensi terhadap perilaku seringkali dilakukan dalam rangka penatalaksanaan yang holistik dan komprehensif.

Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

2.6.2 Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

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.

a) Faktor Sosiopsikologis

Dari proses sosial, manusia memperoleh karakteristik yang mempengaruhi perilakunya, yaitu:

1. Komponen Afektif

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

2. Komponen Kognitif

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

3. Komponen konatif

   Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Komponen konatif dari faktor sosiopsikologis terdiri dari kebiasaan dan kemauan.

2.6.3 Faktor-faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

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:

   a. Struktur organisasi
   b. Sistem peranan
   c. Struktur kelompok

2.7 Tinjauan Tentang Dramaturgi

Istilah dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20. Dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Ada aktor dan penonton. Tugas aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, masyarakatlah (penonton) yang memberi interpretasi. Individu tidak lagi bebas dalam menentukan makna tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal ini adalah penonton dari sang aktor). Karyanya melukiskan bahwa manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol.

Dalam konsep dramaturgi, Goffman mengawalinya dengan penafsiran "konsep-diri", di mana Goffman menggambarkan pengertian diri yang lebih luas daripada Mead (menurut Mead, konsep-diri seorang individu bersifat stabil dan sinambung selagi membentuk dan dibentuk masyarakat berdasarkan basis jangka panjang). Sedangkan menurut Goffman, konsep-diri lebih bersifat temporer, dalam arti bahwa diri bersifat jangka pendek, bermain peran, karena selalu dituntut oleh peran-peran sosial yang berlainan, yang interaksinya dalam masyarakat berlangsung dalam episode-episode

pendek (Mulyana, 2003). Berkaitan dengan interaksi, definisi situasi bagi konsep-diri individu tertentu dinamakan Goffman sebagai presentasi diri.

2.7.1 Presentasi Diri

Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2003: 112).

Lebih jauh presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh.

Manusia adalah aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui “pertunjukan dramanya sendiri”. Dalam mencapai tujuannya tersebut, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunjukan drama, seorang aktor dalam drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kemudian ketika perangkat simbol dan pemaknaaan identitas yang hendak disampaikan itu telah siap, maka individu tersebut akan melakukan suatu gambaran-diri yang akan diterima

oleh orang lain. Upaya itu disebut Goffman sebagai "pengelolaan kesan" (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi-situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyana, 2003).

Menurut Goffman, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk busana yang kita kenakan, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni berikut cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita (Mulyana, 2003).

2.8 Kerangka Pemikiran

2.8.1 Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian, dengan menggunakan teori Dramaturgi dari bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman mendalami dramaturgi dari segi sosiologi.

Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis maupun praktis. Adapun paradigma dan teori yang memberi arahan untuk dapat menjelaskan pola perilaku pemandu lagu karaoke sebagai berikut : Perilaku, interaksionisme simbolik dan dramaturgi.

Dengan fokus penelitian adalah Perilaku dalam kehidupan panggung depan dan panggung belakang pemandu lagu karaoke di kota Bandung.

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (Depdiknas, 2005). Dari pandangan biologis perilaku merupakan suatu kegiatan atau aktifitas organisme yang bersangkutan.

Robert Kwick (1974), menyatakan bahwa:

Perilaku adalah tindakan atau perbuatan suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. (dikutip dari Notoatmodjo, 2003)

Sementara Menurut Skinner (1938), dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Perilaku tertutup

   Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut dan belum dapat diamati secara jelas.

b. Perilaku terbuka

   Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek yang dengan mudah dapat diamati atau dengan mudah dipelajari.

Menurut Littlejohn, **interaksi simbolik** mengandung inti dasar premis tentang komunikasi dan masyarakat (*core of common premises about communicationand society*) (Littlejoh, 1996: 159) perspektif **interaksi simbolik** memandang bahwa individu bersifat aktif, reflektif

dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme pasif yang perilakunya di tentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah, maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksilah yang di anggap sebagai variabel penting dalam menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur ini sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berfikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama. (Mulyana, 2001: 62).

Perspektif interaksionisme simbolik memulainya dengan konsep diri (self), diri dalam hubungannya dengan orang lain dan diri sendiri dan orang lain itu dalam konteks yang lebih luas. Dalam konteks sosial inilah nantinya akan dapat dipahami beragam macam anggapan dari masyarakat.

Dramaturgi adalah teori seni teater yang dicetuskan oleh Arestoteles dalam karya agungnya *Poetics* (350 SM) yang di dalamnya terdapat kisah paling tragis *Oedipus Rex* dan menjadi acuan bagi dunia teater, drama, dan perfilman sampai saat ini.

Kemudian dikembangkan oleh Erving Goffman (1922-1982), seorang sosiolog interaksionis dan penulis, melalui pendekatan sosiologis. Dia menyempurnakannya lebih praktis dalam bentuk interaksi simbolik tentang kehidupan sosial sehari-hari yang kemudian

termanifestasi dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* dan menjadi terkenal sebagai salah satu sumbangan terbesar bagi teori ilmu sosial. Menurut Goffman dramaturgi adalah menggali segala macam perilaku interaksi yang kita lakukan seperti pertunjukan kehidupan kita sehari-hari yang menampilkan diri kita sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Jadi disini dalam dramaturgi individu memiliki 2 panggung. Yaitu, panggung depan (*Front Stage*) menunjukkan gaya, penampilan yang maksimal ketika berhadapan dengan orang lain. dan Panggung belakang (*Back Stage*) cenderung menukjukkan sifat keaslian.

Identitas manusia bisa berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Disinilah dramaturgi masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri. Dalam mencapai tujuannya tersebut, menurut konsep dramaturgi, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunujukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan, hal ini tentunya bertujuan untuk meninggalkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan memuluskan jalan mencapai tujuan.

Sebelum berinteraksi dengan orang lain, seseorang pasti akan mempersiapkan perannya dulu, atau kesan yang ingin ditangkap oleh orang lain. Kondisi ini sama dengan apa yang dunia teater katakan sebagai "*breaking character*". Dengan konsep dramaturgis dan pemain peran yang dilakukan oleh manusia, terciptalah suasana-suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial masyarakat itu sendiri. Terbentuklah kemudian masyarakat yang mampu beradaptasi dengan berbagai suasana dan corak kehidupan. Masyarakat yang tinggal dalam komunitas heterogen perkotaan, menciptakan panggung-panggung sendiri yang membuatnya bisa tampil sebagai komunitas yang bisa bertahan hidup dengan keheterogenannya. Begitu juga dengan masyarakat homogen pedesaan, menciptakan panggung-panggung sendiri melalui interaksinya, yang terkandung justru membentuk proteksi sendiri dengan komunitas lainnya. Apa yang dilakukan masyarakat melalui konsep permainan peran adalah realitas yang terjadi secara alamiah dan berkembang sesuai perubahan yang berlangsung dalam diri mereka. Permainan peran ini akan berubah-ubah sesuai kondisi dan waktu berlangsungnya. Banyak pula faktor yang berpengaruh dalam permainan peran ini, terutama aspek sosial psikologis yang melingkupinya.

Goffman mengistilahkan tindakan di atas dalam istilah *"Impression Management". Goffman* juga melihat bahwa ada perbedaan akting yang

besar saat aktor berada di atas panggung *(front stage)* dan di belakang panggung (*back stage)* drama kehidupan. Kondisi akting di *front stage* adalah adanya penonton yang melihat kita dan kita sedang berada dalam kegiatan pertunjukan. Saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh konsep konsep drama bertujuan untuk membuat drama yang berhasil. Sedangkan *back stage* adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berprilaku bebas tanpa mempedulikan *plot* perilaku bagaimana yang harus kita bawakan.

Dramaturgi juga diibaratkan sebagai permainan peran oleh manusia. Tentu permainan peran yang dimainkan oleh manusia tersebut disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai sebelumnya. Entah itu hanya sekedar untuk menciptakan kesan tertentu tentang diri kita dihadapan penonton ataupun suatu bentuk penghargaan lainnya yang kita peroleh dari permainan peran tersebut.

2.8.2 Kerangka Konseptual

Bertolak pada pemikiran kerangka teoritis diatas maka peneliti mengaplikasikan definisi yang diangkat pada kerangka pemikiran teoritis. Pada kerangka Praktis ini pengumpulan data dengan pencarian informasi mengenai bagaimana perilaku pemandu lagu karaoke di kota Bandung dan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku

seorang pemandu lagu, sehingga mereka harus menjalani 2 panggung ditempat karaoke dalam menjalani kehidupannya.

Perilaku, dalam hal ini peneliti akan meneliti informan dari segala bentuk pola perilaku yang dapat diamati pada pemandu lagu karaoke berupa bentuk tindakan nyata atau terbuka sehingga dapat diamati atau dengan mudah dipelajari.

Interaksi simbolik pemandu lagu karaoke di kota Bandung memandang bahwa mereka bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan melalui seperti berpenampilan rapi, bersikap baik dan santun dan dandanan seperti mahluk sosial biasanya.

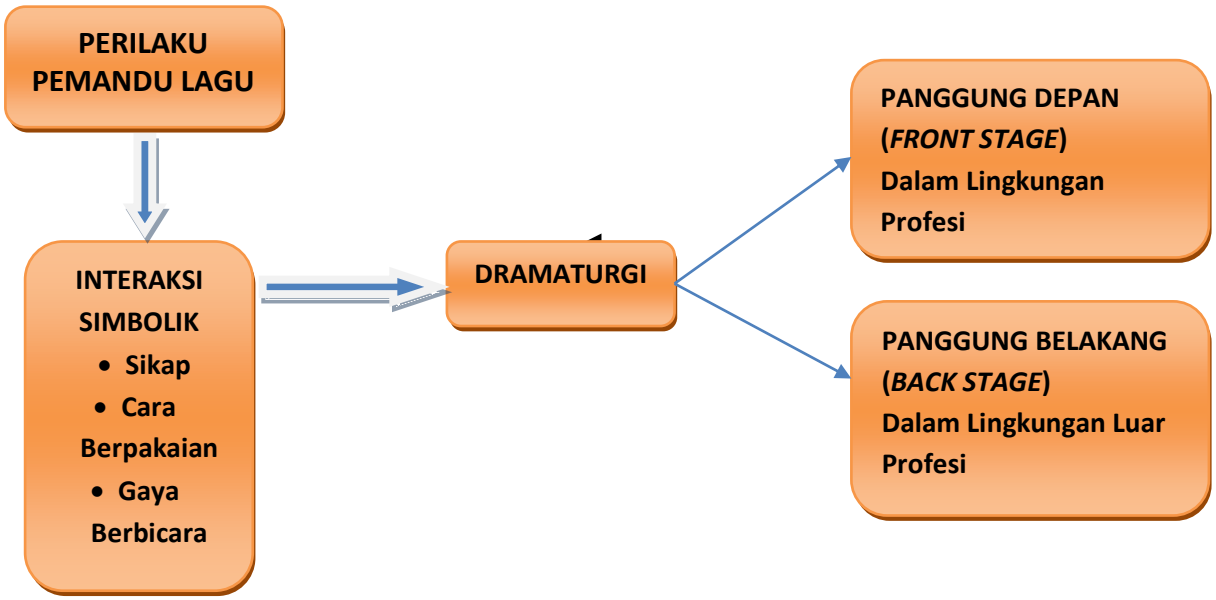
Front stage (panggung depan) Yakni seorang pemandu lagu menunjukan gaya, penampilan yang maksimal ketika berhadapan dengan orang lain seperti cara ia menggoda para tamu agar menggunakan jasanya, cara ia berbicara dengan tamu di dalam ruangan karaoke serta bagaimana *service* yang ditunjukan oleh seorang pemandu lagu karaoke pada bekerja.

Back stage (panggung belakang), pemandu lagu karaoke di kota Bandung cenderung menunjukan sifat keasliannya, yakni pendiam, tanpa polesan *make up*, berpakaian biasa saja, bergaul seperti anak remaja lainnya dan melakukan aktifitas lainnya, seperti sekolah, kuliah, kerja, menjadi seorang istri dan ibu rumah tangga, disini sisi kehidupan informan akan terlihat berbeda pada saat dia memainkan peran di

panggung depan yaitu sikap keasliannya. Bila di gambarkan dalam bagan maka akan seperti ini.

Gambar 2.1

Alur Kerangka Konseptual



Sumber : *Data Peneliti, Februari – Juli 2013*