BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi penelitian yang sedang peneliti lakukan sekarang, sehingga dapat menambah pemahaman peneliti dalam memaknai fenomena penelitian dan perkembangnya. Oleh karena itu peneliti dapat menggunakan beberapa penelitian terdahulu, antara lain:

1. Penelitian terdahulu kedua yang digunakan dalam penelitian ini disusun oleh Christy Simon pada tahun 2012 yang berjudul *"Konsep Diri Seorang Indigo di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Konsep Diri Seorang Indigo di Kota Bandung)"*. Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Komputer Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan juga mengungkapkan mengenai bagaimana konsep diri seorang indigo di kota Bandung serta untuk mengetahui bagaimana seorang indigo memaknai dirinya sendiri dan bagaimana *society (reference group* dan *significant others)* memaknai seorang indigo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi, dimana informan yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terdiri dari 3 orang indigo, dan 3 orang *society* yaitu 2 orang *significant others* dan 1 orang *reference group*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seorang indigo memaknai diri (self) nya

sebagai seorang yang berbeda dengan orang lain dan cukup sulit diterima di lingkungannya. Hal tersebut terjadi karena adanya pandangan-pandangan negatif yang diberikan oleh *society* dalam interaksi sosial yang dilakukan. Meskipun dengan demikian, seorang indigo tetap bersyukur dan bersikap bijaksana dalam menjalani kesehariannya dengan anugerah yang dimiliki. Kemudian *society* memaknai seorang indigo di kota Bandung adalah salah satu orang yang terpilih untuk memiliki anugerah yang dibilang cukup luar biasa oleh Tuhan, dan itu harus disyukuri walaupun pada awalnya mereka berfikir kalau seorang indigo adalah seorang yang aneh dan sedikit menakutkan karena sering memberikan *statement* yang diluar logika manusia. Rasa tidak percaya dengan apa yang diungkapkan oleh seorang indigo membuat para *society* sering merasa kalau seorang indigo adalah seorang yang terlalu berimajinasi dan mendahului Tuhan. Hal tersebut membentuk konsep diri seorang indigo dimana seorang indigo adalah seorang yang tertutup dan kurang nyaman dengan lingkungannya yang tidak sesama indigo. Selain itu konsep diri seorang indigo juga terbentuk dari internalisai terhadap istilah indigo.

2. Penelitian terdahulu pertama yang digunakan dalam penelitian ini disusun oleh Yoerdi Afrizal tahun 2011 yang berjudul "*Konsep Diri Anak Indigo*." Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri anak indigo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi. Instrumen yang digunakan dalam

penelitian ini adalah observasi terus terang atau tersamar, wawancara mendalam, tidak terstruktur tetapi terfokus. *Informant* yang terlibat dalam penelitian ini ada lima anak indigo yang tergabung dalam Yayasan Peduli Pendidikan Anak Indigo (YPPAI). Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa anak indigo memandang dirinya berbeda dengan yang lainnya. Berdasarkan sudut pandang, kemampuan, frekuensi, *interest* dan perasaan. Ideal diri anak indigo ketika berinteraksi adalah tidak terbuka, karena sering dipersepsikan yang macam-macam oleh masyarakat luas dan mereka lebih nyaman berinteraksi dengan sesamanya. Anak indigo memaknai kemampuannya sebagai suatu kelebihan karena tidak dimiliki oleh orang lain. Anak indigo mengendalikan dirinya dalam menghadapi kemampuannya yaitu dengan menggunakan kemampuannya hanya untuk hal yang positif dan mereka selalu berhati-hati dalam berbicara untuk menghindari sesuatu yang membuat kepanikan masyarakat.

3. Penelitian terdahulu ketiga yang digunakan dalam penelitian ini disusun oleh Ari Kurnia pada tahun 2009 yang berjudul "*Proses komunikasi Guru dan Siswa di Sekolah SLB Cicendo Bandung*". Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Komputer Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan interaksi yang terjadi antara guru dan siswa berkebutuhan khusus tuna rungu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara,

observasi dan studi pustaka. Informan yang digunakan berjumlah 4 orang yang terdiri atas guru dan tiga orang siswa. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa proses komunikasi yang terjadi dilakukan guru terjadi melalui bahasa lisan maupun tulisan, tetapi dengan mengoptimalkan penggunaan bahasa nonverbal melalui penggunaan bahasa isyarat. Keterbatasan siswa berkebutuhan khusus tuna rungu tersebut tidak membatasi guru untuk menggunakan bahasa lisan, hanya saja bahasa lisa dilakukan secara terbatas dan dengan intonasi yang cenderung pelan dan lambat dengan dukungan istilah-istilah isyarat. Media sangat membantu dalam komunikasi yang terjadi, untuk itu penggunaan media sebagai alat bantu seperti misalnya gambar, video, maupun tulisan lebih diutamakan dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada siswa. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa proses komunikasi antara guru dan siswa berlangsung secara interaktif walaupun ada keterbatasan yang dimiliki siswa.

2.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi menjadi wacana yang mendasari berbagai perilaku manusia karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin dicapai dapat diaplikasikan melalui fungsi komunikasi. Komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan pikiran dan harapan-harapan komunikator kepada komunikannya. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya. Penjelasan mengenai hakikat

komunikasi diungkapkan Berger dan Chaffe sebagaimana (dalam Wiryanto, 2004: 3) yang menyatakan bahwa:

> "*Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect* (Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya).".

Pengertian komunikasi pada dasarnya mengacu pada adanya proses penyampaian pesan dari komunkator kepada komunikan melalui media tertentu. Pesan yang disampaikan dapat sangat beragam sebagaimana keberagaman tujuan manusia dalam menkomunikasikan tujuannya. Komunikasi menjadi sarana yang sangat mendasari upaya manusia dalam memilih sistem proses penyampaian pesan yang disampaikannya. Komunikasi sebagai suatu proses yang menyeluruh dan memiliki keterkaitan dengan berbagai perilaku manusia. Kepentingan komunikasi bukan hanya menyangkut tentang penyampaian pesan semata, tetapi komunikasi memberikan makna yang luas dan mendalam mengenai keberadaan manusia dan kompleksitas pemahamannya akan kehidupan dan cara hidupnya.

Pemahaman komunikasi selanjutnya dapat dilihat dari penjelasan Raymond (dalam Mulyana, 2005: 62) yang menyatakan, bahwa: "Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator."

Berbagai hal yang menyangkut tentang penyampaian simbol-simbol tersebut merujuk pada upaya manusia untuk memanfaatkan kemampuannya dalam menggunakan berbagai perangkat komunikasi untuk dapat memberikan pemahaman kepada lawan bicaranya agar komunikasi dapat berjalan secara efektif. Komunikasi pada dasarnya memberikan pemahaman tentang adanya penyampaian makna dalam bentuk pesan berupa tanda dan simbol melalui media tertentu. Penyampaian pesan tersebut merujuk pada berbagai tujuan manusia yang beragam dalam mempergunakan perangkat komunikasi agar pesannya dapat diterima dengan baik sebagai upaya untuk berinteraksi dalam membangun kebutuhan manusia.

Kebutuhan manusia yang beragam seperti halnya keberagaman tujuan komunikasi yang dapat dibangun untuk berbagai kepentingan yang hubungannya dengan sifat individualitas komunikator atau pun bagi kepentingan kelompok dan lainnya. Tujuan berkomunikasi merujuk pada harapan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Beberapa tujuan berkomunikasi dijelaskan pada kutipan berikut, yakni "(1) Perubahan sikap (*attitude change*), (2) Perubahan pendapat (*opinion change*), (3) Perubahan perilaku (*behavior change*), (4) Perubahan sosial (*social change*)." (Effendy, 2000: 8)

Tujuan komunikasi juga merujuk pada adanya usaha untuk lebih memahami lingkungan dan berbagai kejadian di dalamnya, karena komunikasi

akan menunjukan kemampuannya dalam memberikan pemahaman akan peristiwa yang ada tersebut melalui pesan yang ada di dalamnya melalui beragam bentuk komunikasi yang dapat di lakukan. Berbagai tujuan komunikasi di atas menjadi bentuk penggambaran umum mengenai adanya kompeksitas tujuan dari penggunaan komunikasi. Keberagaman tujuan komunikasi ini menghadirkan suatu bentuk penerapan komunikasi yang dapat menjadi fungsi rujukan dari perilaku komunikasi tersebut.

Beberapa fungsi komunikasi dijelaskan Pearson dan Nelson (dalam Mulyana, 2005: 5) yang menyatakan dua fungsi umum komunikasi, yaitu:

> "Pertama, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, berkenaan dengan kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat."

Kutipan diatas menjelaskan fungsi komunikasi yang berkenaan secara individual juga sosial. Pemahaman tersebut di dapat dari adanya kemampuan komunikasi untuk dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan tujuan-tujuan individual dalam sosialitas. Selanjutnya Gorden (dalam Mulyana, 2005: 15) menjelaskan mengenai fungsi komunikasi, yaitu:

1. Fungsi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Fungsi sebagai komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.
3. Fungsi sebagai komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of pasage,* mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun dan sebagainya.
4. Fungsi sebagai komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau mengerakan tindakan, dan juga untuk menghibur.

Beragam fungsi komunikasi yang ditunjukan pada kutipan di atas telah menunjukan bahwa komunikasi menjadi suatu hal yang mendasari kehidupan manusia. Komunikasi dapat menunjukana identitas, sejarah, serta kemajemukan makna yang ditimbulkannya. Komunikasi bukan hanya menjadi alat dalam menjalankan interaksi, tetapi juga menjadi alat untuk melihat perkembangan manusia dan sosialitasnya. Komunikasi dapat menunjukan nilai-nilai yang berkenaan dengan individualitas manusia serta kedudukannya sebagai makhluk sosial. Komunikasi dapat merujuk pada keterlibatan individu dan keberadaannya dalam sosialnya, untuk itu keterkaitan budaya memiliki

kajian yang erat dalam komunikasi dan memiliki interaksi nyata diantara keduannya dalam proses komunikasi manusia.

2.3 Tinjauan Tentang Proses Komunikasi

2.3.1 Proses Komunikasi Primer

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan berbagai tujuan. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Effendy, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, yakni:

> "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 "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan." (Effendy, 2000: 11).

Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka. Apakah penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk ide, informasi atau opini mengenai hal yang jelas (kongkret) maupun untuk hal yang masih samar (abstrak), bukan hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi melainkan pada waktu dulu dan masa yang akan datang.

Effendy selanjutnya menjelaskan berbagai pemahaman lain dari elemen komunikasi primer tersebut sebagai berikut:

> "Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik, tetapi kial ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas. Isyarat juga merupakan cara pengkomunikasian yang menggunakan alat "kedua" selain bahasa yang biasa digunakan seperti misalnya kentongan, *semaphore* (bahasa isyarat menggunakan bendera), sirine, dan lain-lain. Pengkomunikasian ini juga sangat terbatas dalam menyampaikan pikiran seseorang. Warna sama seperi halnya isyarat yang dapat mengkomunikasikan dalam bentuk warna-warna tertentu sebagai pengganti bahasa dengan kemampuannya sendiri. dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, warna tetap tidak "berbicara" banyak untuk menerjemahkan pikiran seseorang karena kemampuannya yang sangat terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain. Gambar sebagai lambang yang lebih banyak porsinya digunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat melebihi kemampuan bahasa dalam pengkomunikasian yang terbuka dan transparan. Penggunaan bahasa sebagai "penerjemah" pikiran dapat didukung dengan menggunakan gambar sebagai alat bantu pemahaman, tetapi posisinya hanya sebagai pelengkap bahasa untuk lebih mempertegas maksud dan tujuannya." (Effendy, 2000: 12).

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, kial, sandi, simbol, gambar, dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

2.3.2 Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi kedua adalah proses komunikasi sekunder sebagaimana dinyatakan Effendy bahwa, “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.” (Effendy, 2000: 16).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Pentingnya peran media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensi dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya. Keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut para ahli komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangkan acuan komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses

komunikasinya umpan balik berlangsung seketika, dalam artian komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu.

Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu. Effendy mengatakan bahwa, "Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau nonmassa (*non-mass media*)." (Effendy, 2000: 18).

Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain massif (*massive*) atau massal (massaal), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

Penggunaan media massa yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya dan dalam proses komunikasinya, umpan balik tidak berlangsung saat itu tetapi memerlukan waktu untuk menanggapinya. Komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komuniksi primer untuk menembus ruang dan waktu. Dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan

dari sekian banyak alternatif perlu didasari atas pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

2.4.1 Pengertian dan Ciri Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi mengacu pada pemahaman komunikasi yang terjadi antara dua orang atau dalam kelompok kecil. Definisi komunikasi antarpribadi dapat merujuk pada kutipan berikut, yaitu "Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal." (Mulyana, 2005: 73).

Komunikasi antarpribadi lebih menunjukan adanya dampak yang langsung karena cakupannya yang kecil. Proses komunikasi antarpribadi memungkinkan komunikasi yang berlangsung secara dialogis. Dimana terdapat interaksi antara komunikator dan komunikan yang sama-sama aktif.

Menurut Barnlund (dalam Liliweri, 1997: 13) ada beberapa ciri komunikasi antarpribadi yang membedakannya dengan konteks komunikasi lainnya, yaitu:

1. Terjadi secara spontan
2. Tidak mempunyai stuktur yang teratur atau diatur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu

5. Dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaan yang kadang-kadang kurang jelas
6. Bisa terjadi sambil lalu.

Komunikator senantiasa menunjukkan ada hubungan antara dua pihak yang melakukan komunikasi secara bersama-sama, artinya seluruh proses komunikasi yang disertai dengan tindakan persuasi senantiasa diarahkan untuk mengubah cara berpikir, pandangan, wawasan, perasaan, sikap dan tindakan komunikan. Berbagai ciri komunikasi antarpribadi diungkapkan Rogers (dalam Lilliweri, 1997: 14) yang mengemukakan pendapatnya mengenai ciri-ciri komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi, spontan
2. Komunikasi antarpribadi tidak mempunyai tujuan terlebih dahulu
3. Komunikasi antarpribadi terjadi secara kebetulan pada peserta yang tidak mempunyai identitas yang jelas
4. Komunikasi antarpribadi mempunyai akibat yang disengaja maupun yang tidak disengaja
5. Komunikasi antarpribadi seringkali berlangsung berbalas-balasan
6. Komunikasi antarpribadi enghendaki paling sedikit melibatkan dua orang dengan suasana yang bebas, bervariasi dan adanya keterpengaruhan
7. Komunikasi antarpribadi tidak dikatakan tidak sukses jika tidak membuahkan hasil
8. Komunikasi antarpribadi menggunakan lambang-lambang yang bermakna.

Melalui ciri-ciri komunikasi antarpribadi dapat diketahui pula adanya faktor-faktor yang turut berperan pada waktu kegiatan komunikasi berlangsung. Faktor-faktor tersebut berupa kejelasan pesan yang disampaikan, daya tarik komunikator dan keakraban komunikator dalam menghadapi komunikan.

2.4.2 Sifat-Sifat Komunikasi Antarpribadi

Terdapat tujuh sifat yang menunjukan bahwa komunikasi yang terjadi antara dua orang merupakan komunikasi interpesonal yang mendukung konteks interaksional di dalamnya. Hal ini terangkum dalam penjelasan Lilliweri (1997: 28) mengenai sifat-sifat komunikasi antarpribadi (antar persona) sebagai berikut:

1. Komunikasi Antar Persona, Perilaku Verbal dan Nonverbal

   Yang dimaksud dengan proksemik atau bahasa jarak/ruang/waktu yaitu tanda-tanda nonverbal yang mewakili pesan tentang bagaimana komunikator dan komunikan menempatkan jarak fisik atau memelihara ruang gerak dalam komunikasi antar persona. Menurut Cassagrande, lambang-lambang nonverbal bisa berbentuk kinesik atau pesan nonverbal melalui gerakan tubuh atau anggota tubuh tertentu. Terakhir gerakan tubuh yang disebut adaptor, yang menunjukan gerakan-gerakan dari orang yang sudah anda kenal. Selain pesan nonverbal melalui proksemik dan kinesik maka ada pula pesan nonverbal melalui paralinguistik yang berfungsi menunjukan suatu suasana kebathinan melalui suara dan waktu

anda melukiskan peristiwa kejahatan, tangisan pedagang asongan, dan lain-lain.

2. Komunikasi Antar Persona, Perilaku Spontan, *Scripted*, dan *Contrived*

   a. Bentuk Perilaku Spontan

      Bentuk pertama adalah perilaku yang bersifat spontan. Dalam komunikasi antarpribadi perilaku ini dilakukan secara tiba-tiba, serta merta untuk menjawab suatu rangsangan dari luar. Perilaku spontan biasa dilakukan tanpa dipikirkan terlebih dahulu. Contoh orang batak langsung meneriaki kawannya "Horas". Atau orang Ambon bertemu dengan serang kawan lama, Si Tutuarima menyapanya kawannya dengan kata-kata yang "maki" yang berkonotasi porno dan malah "jorok".

   b. Bentuk Perilaku *Scripted*

      Bentuk perilaku berikut adalah perilaku yang bersifat scripted. Kadang-kadang kita kurang menyadari bahwa sebagian reaksi emosi manusia terhadap pesan tertentu dilakukan melalui proses belajar sehingga perilaku itu menjadi rutin, kita menyebutnya perilaku karena kebiasaan. Bagaimana perilaku scripted yang verbal?. Seorang pengarang cerita kriminal terkenal Agatha Cristie dapat memilih kata dan menyusun kalimat yang tepat untuk melukiskan suasana terjadinya kejahatan. Dia mampu membuat bulu roma anda berdiri. Kemahiran Agatha Cristie yang biasa merajut cerita kriminal itu didorong oleh pengetahuan dia yang cukup tentang jenis-jenis perilaku *scripted*. Ituah perilaku *scripted* yang verbal.

c. Bentuk Perilaku *Contrived*

Bentuk terakhir perilaku manusia dalam komunikasi antarpribadi yaitu perilaku *contrived*. Perilaku *contrived* merupakan perilaku yang sebagian besar dilakukan atas pertimbangan kognitif. Jadi perilaku itu timbul karena manusia yakin dan percaya atas apa yang dia lakukan tersebut benar-benar masuk akal. Semua perilaku, ucapan kata-kata verbal dan gerakan-gerakan dan keyakinan si pelaku. Kesimpulannya yaitu, suatu perilaku spontan ditimbulkan karena menusia dikuasai oleh emosi yang bebas, bebas dari campur tangan kognisi. Manusia memilih perilaku verbal-nonverbal karena ia mendapat tekanan emosi sehingga kadang-kadang perilaku tersebut dirasa tidak masuk akal. Perilaku *scripted* yang verbal dan nonverbal merupakan hasil suatu proses belajar terus-menerus, sedangkan perilaku *contrived* timbul karena manusia melakukan sesuatu berdasarkan keputusan yang rasional.

3. Komunikasi Antar Persona, Proses Dinamis

Ciri ketiga komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang berkembang. Konsep tersebut menunjukan bahwa komunikasi antarpribadi tidak statis melainkan dinamis, demikian kata Miller dan Steinberg. Mereka menerangkan bahwa apabila ada dua orang yang baru pertama kali bertemu, maka kedua orang itu hanya mempunyai gambaran yang umum atau informasi dasar tentang diri mereka masing-masing.

4. Komunikasi Antar Persona – Umpan Balik, Interaksi dan Koherensi

   a. Hasil Umpan Balik

      Komunkasi antarpribadi dikatakan sukses apabila komunikator dan komunikan berpartisipasi melalui pengiriman pesan verbal maupun nonverbal. Setiap tindakan komunikasi termasuk komunikasi antar pribadi selalu ditandai umpan balik. Jika kita berbicara dengan orang lain, kita mengharapkan agar jawaban orang itu menggambarkan bahwa ia bisa mengetahui pikiran, perasaan dan bisa melaksanakan apa yang kita maksudkan. Kalau harapan-harapan itu terpenuhi, maka komuikasi antarpribadi telah berhasil karena umpan balik yang ditampilkan orang itu telah membuat kita saling mengerti. Umpan balik antarpribadi selalu mengacu pada respon verbal maupun nonverbal.

   b. Hasil Interaksi

      Hasil komunikasi yang diukur melalui umpan balik saja tidak cukup. Komunikasi antarpribadi juga melibatkan beberapa tingkat interaksi antarpribadi . Umpan balik tidak mungkin ada jika tidak ada interaksi atau kegiatan dan tindakan yang menyertainya. Keberadaan interaksi menunjukan bahwa komunikasi antarpribadi menghasilkan suatu umpan balik pada tingkat keterpengaruhan tertentu. Interaksi dalam komunikasi antarpribadi biasa mempertimbangkan apakah tujuan komunikasi yang dilakukan hanya mengharapkan perubahan pikiran dan pendapat atau minat dan perasaan, atau hanya mengharapkan perubahan pada tindakan tertentu.

c. Hasil Koherensi

Satu umpan balik berupa pesan verbal maupun nonverbal lebih bermakna kalau terjadi koherensi. Yang dimaksud koherensi yaitu terciptanya benang merah atau jalinan antara pesan-pesan verbal maupun nonverbal yang telah dinyatakan, sedang dinyatakan dan akan dinyatakan oleh orang lain. Apabila anda dapat memahami alur dan urutan cara berpikir, perasaan maupun tindakan komunikasi orang lain maka anda mulai memperoleh hasil komunikasi antarpribadi yang bersifat koherensi. Hasil koherensi itu demikian penting bagi anda untuk memahami dan mencegah kesalahpahaman terhadap orang itu.

5. Komunikasi Antar Persona, Tatanan Intrinsik dan Ekstrinsik

a. Tatanan Intrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan "intrinsik" adalah suatu standarisasi perilaku yang sengaja dikembangkan untuk memandu pelaksanaan komunikasi antarpribadi . Tata aturan intrinsik biasa disepakati di antara peserta komunikasi antarpribadi . Ini berarti komunikator dan komunikan bisa memusyawarahkan apakah suatu tema pembicaraan dapat dihentikan atau diteruskan itulah tatanan intrinsik.

b. Tatanan Ekstrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan ekstrinsik adalah tata aturan yang timbul akibat pengaruh pihak ketiga atau pengaruh situasi dan kondisi sehingga komunikasi antarpribadi harus diperbaiki.

6. Komunkasi Antar Persona, Merujuk pada Tindakan

Komunikasi antarpribadi harus disertai dengan tindakan-tindakan tertentu. Jadi komunikator dengan komunikan harus bersama-sama menciptakan kegiatan tertentu yang mengesankan bahwa mereka selalu berkomunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi tidak hanya memerlukan perhatian pada kedatangan stimulus pesan, namun lebih dari itu, seluruh proses komunikasi antarpribadi harus memperhatikan seluruh proses komunikasi itu. Maka benar, para ahli komunikasi mengajukan pandangan baru tentang hubungan antara komunikator dan komunikan, yaitu prinsip: anda berkomunikasi, berhubungan, berbicara dengan pihak lain "bukan" berkomunikasi, berhubungan, atau berbicara *untuk* pihak lain.

2.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal mengacu pada penggunaan bahasa. Bahasa mengacu pada kedudukannya sebagai media pada proses komunikasi primer, dimana bahasa menjadi alat utama yang digunakan manusia untuk merkomunikasi dan menjalin interaksi. Keberadaan bahasa dalam komunikasi menjadi alasan kuat bagi para penggunanya untuk lebih menata keberadaan bahasa sebagai sarana utama untuk lebih dipergunakan sebagai media termudah untuk digunakan dalam proses komunikasi. Bahasa merujuk pada adanya rangkaian makna-makna dalam simbolisasi kata yang memiliki arti dan kekuatan untuk memberikan pemahaman kepada penerima pesan.

Pemahaman mengenai bahasa dapat dilihat dari penjelasan Djarjowidjojo yang menyatakan bahwa “Bahasa adalah suatu sistem simbol lisan yang arbitrer yang dipakai oleh anggota suatu masyarakat bahasa untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar sesamanya, berlandaskan pada budaya yang mereka miliki bersama.” (Djarjowidjojo, 2003: 16).

Bahasa adalah satu sistem, sama dengan sistem- sistem lain, yang sekaligus bersifat sistematis dan bersifat sistemis. Jadi, bahasa itu bukan merupakan satu sistem tunggal melainkan dibangun oleh sejumlah substansi pendukung hingga layak untuk menjadi media pengantar komunikasi bahasa layaknya lambang, simbol dan kode-kode komunikasi Bahasa sering merujuk pada adanya keberadaan masyarakat, identitas budaya dan hubungtannya dengan kebudayaan manusia.

Bahasa dapat menajadi ciri yang menggambarkan kesepakatan dalam budaya mengenai arti dan pemaknaan bahasa yang digunakan. Bahasa merupakan bagian dari kebusayaan, dilihat dari kepentingan dan produknya yang berasal dari budaya manusia. Bahasa dapat menjadi penyatu dan sebagai media komunikasi yang merujuk pada adanya kesamaan pemahaman budaya dalam penerapan bahasannya. Bahasa dapat mewakili keberadaan individu maupun kelompok budayanya. Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer dan bahasa adalah alat utama untuk berkomunikasi dalam komunitas manusia dengan merujuk pada keberadaan sebagai poduk budaya.

Bahasa selain dapat menjadi identitas dan sarana aksentuasi pikiran

melalui perannya sebagai alat komunikasi, bahasa juga memiliki beberapa fungsi lain. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005: 243) menyatakan tentang keberadaan bahasa yang mempunyai tiga fungsi, yaitu:

1. Penamaan (*naming* atau *labeling*)

   Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.

2. Fungsi interaksi

   Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

3. Transmisi

   Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Sedangkan Book (dalam Mulyana, 2005: 243) mengemukakan agar komunikasi berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi sebagaimana dikutip, yaitu:

a. Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pa da kemajuan teknologi saat ini.
b. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul

dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.

c. Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

Dari kedua pemahaman mengenai fungsi bahasa sebagaimana dijelaskan dalam di atas, pada dasarnya bahasa merujuk pada fungsi utama sebagai media yang digunakan untuk berinteraksi. Bahasa sering dikaitkan dengan keberadaan lingkungan, masyarakat dan produk bahasa, oleh karena itu bahasa memiliki kedudukan yang kuat dalam identitas kebudayaan masyarakat. Keberadaan bahasa yang digunakan untuk mempermudah komunikasi dan pemahaman makna, pada prakteknya juga memiliki keterbatasan. Hal-hal yang menyangkut perbedaan budaya sering menjadi alasan kuat dari perbedaan bahasan dan keterbatasannya dalam komunikasi.

Keterbatasan bahasa sebagaimana diungkapkan Mulyana (2005: 254) yang menyebutkannya kedalam beberapa bagian, antara lain:

a. Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek.

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

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

c. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual

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

d. Kata- kata mengandung bias budaya

Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketiaka mereka menggunakan kata yang sama.

2.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal

Pengertian mengenai komunikasi nonverbal diungkapkan Mulyana sebagaimana kutipan berikut ini:

> "Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima." (Mulyana, 2005: 308).

Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dengan mengunakan simbol-simbol pesan diluar

dari aplikasi lisan. Komunikasi nonverbal memiliki cakupan yang luas sebatas tidak mempergunakan kepentingan verbalnya yang dapat dipraktekan melalui gerak tubuh, warna, pakaian, simbol-simbol gambar, dan berbagai hal lainnya yang memiliki nilai objek selalin lisan.

Fungsi komunikasi nonverbal diungkapkan Ekman (dalam (Mulyana, 2005: 314) yang menyebut lima fungsi pesan nonverbal, yaitu:

1. Emblem, gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan, "saya tidak sungguh-sungguh".
2. Illustrator, pandangan ke bawah dapat menunjukan kesedihan atau depresi.
3. Regulator, kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
4. Penyesuai, kedipan mata yang meningkat ketika orang berada dalam tekanan. Itu merupakan respon yang tidak disadari yang merupakan upaya tubuh mengurangi kecemasan.
5. *Affect Display*, pembesaran manik-mata menunjukkan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukkan perasaan takut, terkejut, atau senang.

2.6.1 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Klasifikasi pesan nonverbal salah satunya diungkapkan Ruesch (dalam Mulyana, 2005: 317) yang mengklarifikasikan isyarat nonverbal menjadi tiga bagian antara lain:

1. Bahasa tanda: acungan jempol untuk menumpang mobil secara gratis; bahasa isyarat tuna rungu.
2. Bahasa tindakan: Semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secar eklusif untuk memberikan sinyal, misalnya berjalan.
3. Bahasa objek: Pertunjukan benda, pakaian dan lambang nonverbal bersifat publik lainnya seperti ukuran ruangan, bendera, lukisan, musik dan lain sebagainya secara sengaja atau tidak.

Lain halnya dengan Samovar dan Porter (dalam Mulyana, 2005: 317) yang membagi pesan-pesan nonverbal menjadi dua kategori besar sebagaimana dikutip yaitu:

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

2.6.2 Spesifikasi Pesan Nonverbal

Berikut ini akan diuraikan mengenai beragam bentuk pesan nonverbal yang dianggap penting, mulai dari yang bersifat perilaku hingga yang terdapat dalam lingkungan sebagaimana diungkapkan Mulyana (2005: 317), diantaranya:

A. Bahasa Tubuh

a) Isyarat Tangan

Kita sering menyertai ucapan kita dengan isyarat tangan. Isyarat tangan atau “berbicara dengan tangan” termasuk apa yang disebut emblem yang dipelajari, yang punya makna dalam suatu

budaya atau subkultur. Meskipun isyarat tangan yang digunakan sama, maknanya boleh jadi berbeda, namun maksudnya sama. Untuk menunjuk diri sendiri ("Saya!" atau "Saya?"), seperti juga orang Kenya dan orang Korea Selatan, orang Indonesia menunjuk dadanya dengan telapak tangannya atau telunjuknya, sedangkan orang Jepang menunjuk hidungnya dengan telunjuk.

Penggunaan isyarat tangan dan maknanya jelas berlainan dari budaya ke budaya. Meskipun di beberapa negara, telunjuk digunakan untuk menunjukkan sesuatu, hal itu tidak sopan di Indonesia seperti juga di banyak negeri di Timur Tengah dan Timur Jauh. Tentu saja selalu ada pengecualian. Orang Batak seperti orang Amerika biasa menunjuk dengan telunjuk tanpa bermaksud kasar pada orang yang dihadapinya. Begitu juga orang Betawi yang tidak jarang menunjuk dengan memonyongkan mulut sambil berucap: *"Kesono-no!"*. Beberapa suku Afrika menunjuk dengan mencibirkan bibir bawah menganggap cara menunjuk Amerika sebagai kasar.

b) Gerakan Kepala

Di beberapa Negara, anggukan kepala malah berarti "tidak" seperti di Bulgaria, sementara isyarat untuk "ya" di Negara itu adalah menggelengkan kepala. Orang Inggris seperti orang Indonesia, menganggukan kepala yang berarti mereka mendengar, dan tidak berarti menyetujui. Di beberapa wilayah di India dan Ceylon, "ya" dapat dikomunikasikan dengan melemparkan kepala ke belakang dan

memutar leher sedikit, dengan menyentakan kepala ke bawah-kanan, atau memutar kepala secara cepat dalam suatu gerakan melingkar.\

c) Postur Tubuh dan Posisi Kaki

Postur tubuh sering bersifat simbolik. Beberapa postur tubuh tertentu diasosiasikan dengan status sosial dan agama tertentu. Selama berabad-abad rakyat tidak boleh duduk lebih tinggi daripada (kaki) raja atau kaisarnya. Cara berdiri atau duduk sering dimaknai berbeda di tiap negara. Tamu harus menundukkan kepala ketika bertemu dengan Dalai Lama di Tibet, jangan menatap matanya, jangan menyentuhnya, dan baru bicara setelah Dalai Lama berbicara. Dalam banyak budaya, orang yang berdiri dipandang berwibawa daripada orang yang duduk, sebagaimana orang tinggi dipersepsikan lebih dominan daripada orang yang pendek.

d) Ekspresi Wajah dan Tatapan Mata

Banyak orang yang menganggap perilaku nonverbal yang paling banyak “berbicara” adalah ekspresi wajah, khususnya pandangan mata. Meskipun mulut tidak berkata-kata. Menurut Albert Mehrabian, andil wajah bagi pengaruh pesan adalah 55% sementara vocal 30%, dan verbal hanya 7%. Menurut Birdwhistell, perubahan sangat sedikit saja dapat menciptakan perbedaan yang besar. Ia menemukan misalnya terdapat 23 cara berbeda dalam mengangkat alis yang masing-masing mempunyai makna yang berbeda.

Kontak mata mempunyai dua fungsi dalam komunikasi antar pribadi. 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.

Di banyak Negara seperti Amerika Latin dan kepulauan Karibia, tidaklah sopan menatap orang asing. Di Indonesia dan Spanyol, wanita terhormat tidak akan membalas tatapan kaum pria, apalagi di negeri muslim seperti Arab Saudi, Iran, dan Pakistan. Orang Amerika Serikat terbiasa memandang orang lain untuk menunjukkan niat baik. Mereka menganggap orang yang tidak menatap lawan bicara dianggap mencurigakan, tidak jujur, mau menipu, merasa bersalah, gugup, atau rendah diri. Orang Inggris terdidik menganggap menatap lawan bicara sebagai perilaku mendengarkan yang baik dan mereka mengedipkan mata untuk menunjukkan bahwa mereka mengerti, sedangkan orang Amerika menganggukan kepala atau mengeluarkan sejenis gumaman, namun tatapan mereka terhadap lawan bicara tidak semantaap orang Inggris.

Secara umum dapat dikatakan bahwa makna ekspresi wajah dan pandangan mata tidaklah universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh budaya. Dalam suatu budaya pun terdapat kelompok-kelompok yang menggunakan ekspresi wajah secara berbeda dengan budaya dominan. Pearson, West dan Turner melaporkan bahwa dibandingkan dengan

pria, wanita menggunakan lebih banyak ekspresi wajah dan lebih ekspresif, lebih cenderung membalas senyum dan lebih tertarik pada orang lain yang tersenyum.

B. Sentuhan

Studi tentang sentuh-menyentuh disebut haptika (*haptics*). Sentuhan adalah perilaku nonverbal yang multimakna, dapat menggantikan seribu kata. Kenyataannya sentuhan ini bisa merupakan tamparan, pukulan, cubitan, senggolan, tepukan, belaian, pelukan, pegangan (jabatan tangan), rabaan hingga sentuhan lembut sekilas. Sentuhan kategori terakhirlah yang sering diasosiasikan dengan sentuhan.

Konon, menurut orang muda, seseorang dapat merasa seperti terkena strum ketika disentuh oleh lawan jenisnya yang disenanginya. "*And when I touch you I feel happy inside*" kata John Lennon dan Paul McCartney. Itu sebabnya Islam punya aturan ketat mengenai sentuh-menyentuh di antara lelaki dan perempuan untuk menghindari konsekuensinya yang menjurus pada perbuatan negatif.

Menurut Heslin, terdapat lima kategori sentuhan, yang merupakan suatu rentang dari yang sangat impersonal hingga yang sangat personal. Kategori-kategori tersebut adalah sebagai berikut:

a) Fungsional-profesional. Di sini sentuhan bersifat "dingin" dan berorientasi-bisnis, misalnya pelayan took membantu pelanggan memilih pakaian.

b) Sosial-sopan. Perilaku dalam situasi ini membangun dan memperteguh pengharapan, aturan dan praktik sosial yang berlaku, misalnya berjabatan tangan.

c) Persahabatan-kehangatan. Kategori ini meliputi setiap sentuhan yang menandakan afeksi atau hubungan yang akrab, misalnya dua orang yang saling merangkul setelah mereka lama berpisah.

d) Cinta-keintiman. Kategori ini merujuk pada sentuhan yang menyatakan keterikatan emosional atau ketertarikan, misalnya mencium pipi orangtua dengan lembut; orang yang sepenuhnya memeluk orang lain; dua orang yang "bermain kaki" di bawah meja; orang Eskimo yang saling menggosokkan hidung.

e) Rangsangan seksual. Kategori ini berkaitan erat dengan kategori sebelumnya, hanya saja motifnya bersifat seksual. Rangsangan seksual tidak otomatis bermakna cinta atau keintiman.

C. Parabahasa

Parabahasa, atau vokalika (vocalics), merujuk pada aspek-aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah), intensitas (volume) suara, intonasi, kualitas vokal (kejelasan), warna suara, dialek, suara serak, suara sengau, suara terputus-putus, suara yang gemetar, suitan, siulan, tawa, erangan, tangis, gerutuan, gumaman, desahan, dan sebagainya.

Setiap karakteristik suara ini mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita. Suara yang terengah-engah menandakan kelemahan, sedangkan ucapan yang terlalu cepat menandakan ketegangan, kemarahan, atau ketakutan. Riset menunjukkan bahwa pendengar mempersepsi kepribadian komunikator lewat suara. Tidak berarti bahwa persepsi mereka akurat; alih-alih mereka memperoleh persepsi tersebut berdasarkan stereotip yang telah mereka kembangkan.

Wanita dengan suara basah (misalnya sebagai penyiar radio) dipersepsi lebih feminim dan lebih cantik daripada wanita tanpa suara basah. Sedangkan pria dengan nada suara tinggi atau melengking dianggap kewanita-wanitaan. Padahal boleh jadi wanita bersuara basah berlebihan berat badan dan pria bersuara melengking adalah petinju kelas berat. Salah satu kelebihan lagu-lagu kelompok Peterpan yang populer pada dekade pertama abad ke-21 di Indonesia adalah karena suara penyanyinya, Ariel, dianggap seksi, terutama oleh kaum wanita penggemarnya.

D. Penampilan Fisik

Setiap orang punya persepsi mengenai penampilan fisik seseorang, baik itu busananya (model, kualitas bahan, warna), dan juga ornament lain yang dipakainya, seperti kaca mata, sepatu, tas, jam tangan, kalung, gelang, cincin, anting-anting, dan sebagainya. Seringkali orang memberi makna tertentu pada karakteristik fisik orang yang bersangkutan, seperti bentuk tubuh, warna kulit, model rambut, dan sebagainya. Di Amerika

orang menghargai wanita yang tinggi dan ramping. Di Jepang wanita yang kecil justru paling menarik. Tetapi di Cina secara tradisional kecantikan wanita justru diasosiasikan dengan gaya rambut sederhana (dengan satu atau dua kepang) yang tidak berusaha menarik perhatian dengan selendang berwarna-warni, perhiasan atau *make-up*.

a) Busana

Nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan (tertulis atau tidak), nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan, semua itu mempengaruhi cara kita berdandan. Bangsa-bangsa yang mengalami empat musim yang berbeda menandai perubahan musim itu dengan perubahan cara mereka berpakaian. Pada musim dingin dengan udara di bawah 0 derajat Celcius misalnya, tidak ada orang yang hanya mengenakan T-shirt dan celana pendek di luar rumah.

Banyak subkultur dan komunitas mengenakan busana yang khas sebagai simbol keanggotaan mereka dalam kelompok tersebut. Orang mengenakan jubah atau jilbab sebagai tanda keagamaan dan keyakinan mereka. Dibanyak negara seperti Jepang dan Meksiko, juga di Indonesia, pakaian seragam amat populer. Polisi, tentara dan anak sekolah senang berpakaian seragam untuk menunjukkan afiliasi kelompok.

b) Karakteristik Fisik

Suatu studi menunjukkan bahwa daya tarik fisik merupakan ciri penting dalam banyak teori kepribadian, meskipun bersifat implicit.

Orang yang menarik secara fisik secara ajeg dnilai lebih pandai bergaul, luwes, tenang, menarik, hangat secara seksual, responsive, persuasive, dan berhasil dalam karier daripada orang yang tidak menarik. Karena itu, tidak sedikit wanita yang menjalani operasi plastic, atau disuntik dengan cairan kimia, untuk mengubah wajah mereka, agar terlihat lebih menarik.

E. Bau-Bauan

Bau-bauan, misalnya wewangian seperti *deodorant, eau de toilette, eau de cologne,* dan parfum telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan, mirip dengan cara yang juga dilakukan hewan. Menurut para ahli, setiap orang memiliki bau tubuh yang khas, berkat zat khas yang keluar dari tubuhnya, mekipun ia tidak memakai minyak wangi apapun. Tetapi ini bukan bau badan karena keringat atau belum mandi, melainkan bau badan yang benar-benar alami, yang ditebarkan senyawa kimia (disebut feromon) yang dihasilkan kelenjar tertentu dalam tubuh. Sifat seseorang dan selera makannya atau kepercayaannya dapat diduga dari bau badannya atau bau dari rumahnya.

F. Orientasi Ruang dan Jarak Pribadi

Setiap budaya punya cara khas dalam mengkonseptualiasikan ruang, baik di dalam rumah, di luar rumah ataupun dalam berhubungan dengan orang lain. Edward T.Hall adalah antropolog yang menciptakan istilah *proxemics* (prosemika) sebagai studi yang menelaah persepsi manusia atas ruang (pribadi dan sosial), cara manusia menggunakan ruang

dan pengaruh ruang terhadap komunikasi. Beberapa pakar lainnya memperluas konsep prosemika ini dengan memperhitungkan seluruh lingkungan fisik yang mungkin berpengaruh terhadap proses komunikasi, termasuk iklim (temperatur), pencahayaan dan kepadatan penduduk.

a) Ruang Pribadi vs Ruang Publik

Mengenai ruang pribadi berdasarkan perspektif Lyman dan Scott terdapat empat kategori wilayah yaitu: wilayah tubuh; wilayah publik yakni tempat yang secara bebas dimasuki dan ditinggalkan orang, dengan sedikit kekecualian (hanya boleh dimasuki oleh kalangan tertentu atau syarat tertentu); wilayah rumah yakni wilayah pulik yang bebas dimasuki dan digunakan orang yang mengakui memilikinya, misal bar homoseksual dan klub privat; dan wilayah interaksional yakni tempat pertemuan yang memungkinkan semua orang berkomunikasi secara informal, seperti tempat pesta atau tempat cukur.

b) Posisi Duduk dan Pengaturan Ruangan

Saat pertama kalimemasuki ruang kuliah dan memilih kursi, anda harus memutuskan di mana akan duduk,di depan, di tengah, atau di belakang. Posisi duduk bisa anda putuskan, bila berpeluang untuk itu, boleh jadi ditafsirkan orang termasuk dosen anda. Bila memilih duduk di depan, mingkin akan dianggap orang pandai, ingin memperoleh nilai yang baik, hangat, terbuka, atau mencari perhatian. Posisi di tengah diidentikkan dengan kerendahan hati, tidak ingin menonjol.

Sedangkan posisi di belakang bisa diasosiasikan dengan ketidakpedulian atau kebodohan.

Secara umum dapat dikatakan, semakin formal penataan ruangan, semakin formal pulalah komunikasi yang dikehendaki. Hubungan pembicara dengan pendengar dalam suatu kuliah, seminar, lokakarya atau pelatihan, juga bergantung pada furnitur. Terdapat tiga pola dasar dalam pengajaran di kelas, yakni pola tradisional, pola sepatu kuda, dan pola modular.

G. Konsep Waktu

Bidang yg mempelajari interpretasi waktu sebagai pesan kronemika (*chronemics*). Edward T. Hall membedakan konsep waktu menjadi dua: Waktu monokronik: sangat mengharga waktu, semua serba dperhitungkan, dan Waktu polikronik : lurus, lebih santai.

H. Diam

John Cage mengatakan tidak ada sesuatu yang disebut ruang kosong atau waktu kosong. Selalu ada sesuatu untuk dilihat, sesuatu untuk didengar. Bagaimanapun kita berusaha untuk diam, kita tidak dapat melakukannya. Makna yang diberikan terhadap diam terikat oleh budaya dan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor yang mempengaruhi diam antara lain adalah durasi diam, hubungan antara orang-orang yang bersangkutan dan situasi atau kelayakan waktu.

Dalam beberapa budaya, diam itu kurang disukai daripada berbicara. Tetapi dalam budaya lain diam itu justru menyenangkan. Bangsa pendiam lainnya yang mirip dengan bangsa Jepang adalah bangsa Finlandia, sehingga perilaku mereka disebut perilaku musim dingin, mereka tergesa-gesa tanpa mengatakan apa-apa dijalanan dengan suhu -20 derajat Celcius.

I. Warna

Kita sering menggunakan warna untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, dan bahkan mungkin keyakinan agama kita. Berikut uraian yang diasosiasikan dengan warna.

Tabel 2.1
Simbol Warna

SUASANA HATI	WARNA
Menggairahkn	merah
Aman, nyaman	Biru
Tertekan, terganggu, bingung	Oranye
Lembut, menenangkan	Biru
Melindungi, mempertahankan	Merah, coklat, ungu, hitam
Sangat sedih, patah hati tidak bahagia	Hitam, coklat
Kalem, damai, tentram	Biru, hijau
Berwibawa, agung	Ungu
Menyenangkan, riang, gembira	Kuning

Menantang, melawan, memusuhi	Merah, oranye, hitam
Berkuasa, takut, bagus sekali	Hitam

Sumber: Mulyana, 2005: 377.

J. Artefak

> Artefak adalah benda apa saja yang dihasilkan kecerdasan manusia. Bidang studi mengenai hal ini bisebut objektika (objectics). Di Jepang salah satu benda yang tampaknya sepele namun dapat menggagalkan bisnis adalah kartu nama. Orang Jepang mempunyai kebiasaan bertukar kartu nama saat mereka berkenalan, terutama dalam dunia bisnis. Bila kita langsung meletakkan kartu nama yang diberikan orang Jepang di dompet atau meletakkannya di meja tanpa melihatnya dengan teliti, kita dianggap rekan bisnis yang tidak prospektif. (Mulyana, 2005: 317)

Komunikasi nonverbal merupakan bentuk penggunaan simbol komunikasi melalui beragam objek visual selain penggunaan bahasa lisan maupun tulisan. Sifat komunikasi nonverbal yang disampaikan melalui keberagaman objek visual tersebut sangat memungkinkan untuk dimaknai secara beragam, karena keberadaan budaya dan latarbelakang penerima pesan juga akan mempengaruhi pemaknaan dari simbol yang digunakan. Tanpa memperhatikan bagaimana budaya mempengaruhi komunikasi, termasuk komunikasi nonverbal termasuk pemaknaan terhadap komunikasi nonverbal tersebut. Kita bisa gagal dalam berkomunikasi dengan orang lain. Kita akan

cenderung menganggap budaya dan bahasa nonverbal kita sebagai standar dalam menilai budaya dan bahasa nonverbal orang lain.

2.7 Tinjauan Tentang Anak dan Orang Tua

2.7.1 Definisi Anak

Penelitian ini menempatkan anak sebagai objek penelitian, sehingga penting bagi peneliti untuk dapat mencari pemahaman mengenai pemahaman anak yang merujuk pada tujuan peneliti yang tidak mengelompokan pengertian anak dalam penelitian ini pada batasa umur yang mengikat. Pemahaman anak yang paling umum sebenarnya merujuk pada adanya makna keturunan sebagai makna pelengkap anak. Makna pada arti keturunan lebih menjelaskan definisi anak yang lebih umum dan merujuk pada adanya proses melanjutkan silsilah dalam keluarga, sehingga berapapun usianya tetap dapat dikatakan anak dengan merujuk pada garis keturunan ayah dan ibunya.

Pemahaman mengenai definisi anak dapat dilihat dari anak dilihat dari pemahaman berikut, bahwa: “Anak juga merupakan keturunan kedua, di mana kata ‘anak’ merujuk pada lawan dari orang tua, orang dewasa adalah anak dari orang tua mereka, meskipun mereka telah dewasa.” (http://id.wikipedia.org /wiki/Anak diakses pada 25 April 22.12 WIB).

Berdasarkan pemahaman di atas, jika anak yang dimaksudkan untuk dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti merujuk pada keturunan langsung dari ibu, maka pemahaman anak dapat diartikan sebagai semua keturunan yang dilahirkan dalam keluarga. Dalam pemahaman seperti ini,

pengertian anak tidak lagi dibatasi dalam batasan umur semata, tetapi anak merujuk pada makna yang lebiih luas mengenai semua keturunan yang dilahirkan dari ibu.

Istilah anak indigo pun pada dasarnya tidak dibatasi oleh penentuan batasan umur Semua bentuk sifat dan bakat indigo disebut sebagai anak indigo walaupun keberadaan mereka juga dapat diterapkan pada keberadaan remaja maupun dewasa. Pemahaman mengenai anak memang selalu dikaitkan dengan batasan umur, tetapi hal tersebut juga memiliki keberagaman batasan umur. Penetapan definisi anak dapat merujuk kepada berbagai sumber undang-undang yang berkenaan dengan penetapan hukum yang memang banyak menklasifikasikan pemahaman anak berdasarkan kriteria tertentu, termasuk batasan umur. Dalam penelitian ini, peneliti menkonsepkan penelitian mengenai akan indogo tanpa menklasifikasikannya pada batasan umur tetapi lebih kepada cakupan makna anak sebagai kerutunan langsung dari ibu sebagaimana kutipan diatas.

2.7.2 Definisi Orang Tua

Pengertian orang tua pada dasarnya merujuk pada keberadaan ibu dan ayah, walaupun pada pemahaman sosial kita kemudian makna orang tua berkembang pada batasan umur dan khusunya merujuk pada orang yang dianggap sebagaimana layaknya orang yang dituakan. Pemahaman mengenai orang tua secara sederhana dapat dilihat pada kutipan berikut, Sedangkan pengertian orang tua menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagaimana

berikut ini “Ayah ibu kandung, orang yang dianggap tua, orang yang dihormati.” (Alwi dkk, 2005: 802).

Pengertian orang tua yang merujuk pada pengertian ibu dan ayah, sejalan dengan tujuan peneliti yang menkonsepkan penelitian dengan melibatkan orang tua sebagai orang yang melahirkan atau membesarkan dan berada di lingkungan rumah, yatiu ibu dan ayah. Orang tua secara harfiah merujuk pada posisi ayah dan ibu sebagai perantara diciptakan dan lahirnya anak, mereka memikul tanggung jawab membesarkan, merawat, mendidik dan melindungi anak.

tua adalah pendidik atas dasar hubungan darah yang merujuk pada kedudukan ayah dan ibu. Fungsi dan peran orang adalah sebagai pelindung setiap anggota keluarga, orang tua merupakan kepala keluarga. Orang tua pada akhirnya tetap merujuk ayah dan ibu yang memiliki tanggung jawab sebagai ayah dan ibu dari anak-anak yang dilahirkan, dan hidup bersama dengan membawa pandangan, pendapat, dan kebiasaan sehari-hari. Pengertian orang tua dalam penelitian ini memang lebih menunjukan pada adanya hubungan interaksi di rumah, yang berarti menunjukan hubungan orang tua kepada keberadaan ayah dan ibu atau wali dari si anak.

2.8 Kerangka Pemikiran

2.8.1 Kerangka Teoritis

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkan untuk dapat melakukan komunikasi secara efektif. Proses

komunikasi merupakan cara yang dilakukan oleh para pelaku komunikasi dalam menyampaikan pesannya. Proses komunikasi tersebut akan memperlihatkan mengenai cara komunikator dalam menyampaikan pikiran-pikirannya, idenya, perasaannya dalam bentuk pesan yang dapat disampaikan secara verbal maupun secara nonverbal. Proses komunikasi ini merujuk pada cara dan tujuan dari komunikasi yang dilakukan yang akan memperlihatkan makna dibalik isi pesan yang disampaikan komunikator.

Proses komunikasi juga melibatkan seperangkat alat sebagai media untuk dapat menyampaikan isi pikiran kedalam pesan yang dapat dimaknai oleh komunikan. Proses komunikasi dengan melibatkan bahasan, tulisan, gambar dan serta media lainnya seperti telepon, televisi, email kemudian merujuk pada adanya pembagian proses komunikasi secra primer maupun sekunder. Pemahaman mengenai pembagian proses komunikasi yang pada tahapan primer dan sekunder dijelaskan effendi yang menyatakan, bahwa:

> "Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situas-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa isyarat, gestur, gambar, warna, dan lain sebagainya... dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang nirverbal." (Effendy, 2003: 33)

Proses komunikasi secara primer menunjukan bahwa adanya penerapan fungsi komunikasi verbal berupa bahasa dan komunikasi nonverbal berupa berbagai isyarat, gambar, gestur, dan bentuk-bentuk perilaku lainnya sebagai alat yang yang juga memiliki makna yang dapat diinterpretasikan

penggunaannya. Pemahaman mengenai penggunaan komunikasi verbal maupun nonverbal menjadi bagian yang inhern dalam penelitian ini untuk kemudian diketahui bagaimana penerapannya dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikannya dalam berinteraksi.

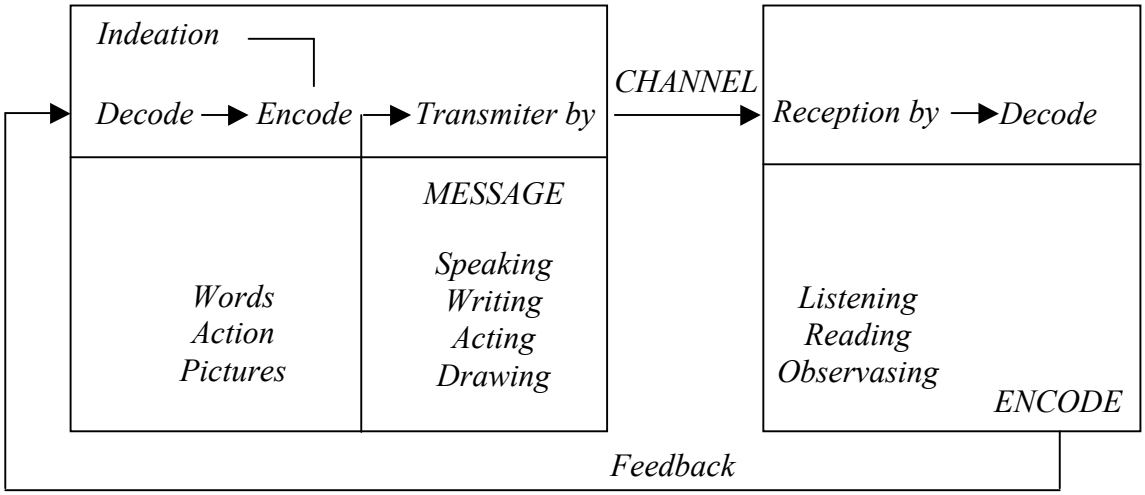
Proses komunikasi secara sekunder menunjukan adanya keterlibatan media kedua setelah penggunaan lambang-lambang verbal dan non verbal, seperti penggunaan media massa dan nirmassa. Pemahaman mengenai proses komunikasi sekunder dijelaskan Effendy, bahwa "Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama." (Effendy, 2003: 37).

Penggunaan media atau saluran juga penting untuk dapat diketahui dalam penelitian mengenai proses komunikasi, karena penggunaan media akan menunjukan keefektifan komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder akan memberikan kemudahan komunikasi untuk tujuan-tujuan yang bersangkutan dengan efisiensi, meminimalisir jarak, maupun untuk kepentingan yang bersifat kondisional lainnya.

Penelitian ini didukung dengan penggunaan model komunikasi yang dapat membantu peneliti untuk memahami penerapan teori yang digunakan dan menjadi acuan dalam praktek penelitian di lapangan. Pemahaman mengenai proses komunikasi dapat merujuk pada adanya model komunikasi antarmanusia yang mengakomodasi proses komunikasi, sebagaimana

diungkapkan Koehler, Anatol dan Appibaum, berikut ini:

Gambar 2.1
Model Komunikasi Antar Manusia



(Sumber: Bungin, 2008: 255).

Berbagai proses komunikasi diawali sumber (*source*) baik individu atau pun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain, berikutnya merujuk pada penerapan langkah-langkah Model Komunikasi Antar Manusia Koehler, Anatol dan Appibaum (dalam Bungin, 2008: 255),

yaitu:

1. *Langkah pertama* yang dilakukan sumber adalah *ideation* yaitu penciptaan satu gagasan atau pemilihan seperangkat informasi untuk dikomunikasikan. *Ideation* ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan.
2. *Langkah kedua* dalam penciptaan suatu pesan adalah encoding, yaitu sumber menerjemahkan informasi atau gagasan dalam wujud kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau message adalah alat-alat di mana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk bahasa lisan, bahasa tulisan ataupun perilaku nonverbal seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah atau gambar-gambar.
3. *Langkah ketiga* dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui suatu tindakan tertentu. Pada langkah ketiga ini, kita mengenal istilah channel atau saluran, yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat mereproduksi kata-kata tertulis seperti: televisi, kaset, video atau OHP (*over head projector*). Sumber berusaha untuk mebebaskan saluran komunikasi dari gangguan ataupun

hambatan, sehingga pesan dapat sampai kepada penerima seperti yang dikehendaki.

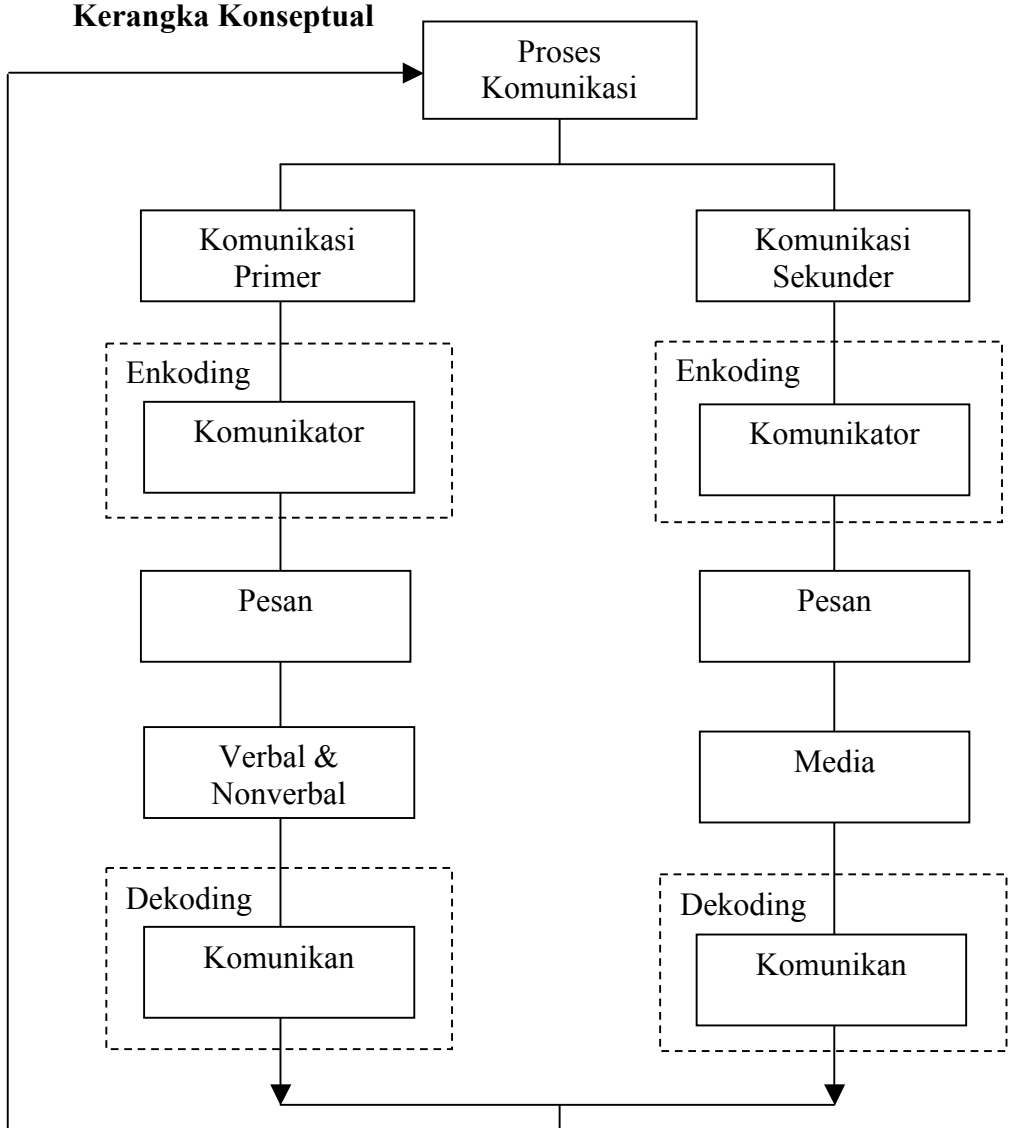
4. *Langkah keempat*, perhatian dialihkan kepada penerima pesan. Jika pesan itu bersifat lisan, maka penerima perlu menjadi seorang pendengar yang baik, karena jika penerima tidak mendengar, pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini, penerima melakukan decoding, yaitu memberikan penafsiran interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan decoding dan hanya terjadi dalam pikiran penerima. Akhirnya penerimalah yang akan menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respons terhadap pesan tersebut.
5. *Proses terakhir* dalam proses komunikasi adalah *feedback* atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikannya kepada penerima. Respons atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata ataupun tindakan-tindakan tertentu. Penerima bisa mengabaikan pesan tersebut ataupun menyimpannya. Umpan balik inilah yang dapat dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

2.8.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disusun peneliti dengan tetap berdsar pada model komunikasi Antar Manusia yang digunakan, sebagaimana pada gambar kerangka konseptual berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Konseptual



Sumber: Aplikasi Peneliti, 2013.

Aplikasi dari langkah-langkah penerapan kerangka konseptual di atas kemudian diaplikasikan pada penelitian yang akan menjelaskan mengenai fokus penelitian yang akan memaparkan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Komunikasi Primer

   Komunikasi primer merujuk pada keberadaan pesan yang diproduksi dan disampaikan melalui lambang-lambang verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal merupakan bagian yang akan mengungkap berbagai bentuk penggunaan bahasa yang digunakan oleh anak indigo dalam berinteraksi dengan orang tua. Anak indigo sering dikaitkan dengan sifatnya yang seakan memiliki jiwa orang yang lebih dewasa jauh dari pada umurnya, sehingga pemahaman akan penerapan bahasa ini dapat memperlihatkan apakah anak indigo dalam penelitian ini menggunakan bahasa yang tidak seperti pada umumnya dilakukan seorang anak kepada orang tuanya atau ada cara lain yang biasa dilakukan si anak. Komunikasi verbal akan memberikan gambaran mengenai cara anak mempergunakan bahasa dalam berinteraksi dengan orang tua, apakah menggunakan bahasa

Indonesia, bahasa asing, bahasa daerah, alasannya menggunakan bahasa tersebut, tutur bahasanya, intonasi, dan berbagai hal pendukung lainnya.

Komunikasi nonverbal akan memberikan bentuk gambaran mengenai proses komunikasi primer yang dapat dilakukan bukan hanya menggunakan bahasa lisan, tetapi juga memakai bentuk lambang lain diluar dari bahasa lisan. Bisa menggunakan isyarat, gambar, gestur, dan lain-lain. Komunikasi secara nonverbal sangat mungkin terjadi dalam interaksi anak indigo dengan orang tuanya. Sering dikaitkan bahwa anak indigo dapat merasakan hal-hal yang bersifat metafisika, tidak berbentuk objek materi, dan hal tersebut sering diungkapkannya dalam bentuk gambar, tulisan, dan lain-lain. Hal tersebut juga akan sangat mungkin ditemui oleh orang tua yang melihat komunikasi anaknya bukan hanya dalam bentuk bahasa lisan, tetapi sifat-sifat nonverbal seperti dalam bentuk gambar, tulisan, cara duduk, cara melihat, cara bersikap dan lain-lain juga memungkinkan untuk memiliki arti tersendiri yang digunakan anak indigo dalam menyampaikan pesannya.

2. Komunikasi Sekunder

Komunikasi sekunder merujuk pada penggunaan media kedua setelah penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal sebagai media pertamanya. Penggunaan media kedua ini dapat merujuk pada penggunaan media komunikasi yang bersifat massa maupun nirmassa (personal). Pada proses komunikasi sekunder anak indigo dan orang tua, media alat bantu sering terlibat sebagai media pembantu anak untuk berekspresi dan

mengekspresikan hal-hal yang dipikirkannya. Penggunaan media nirmassa seperti penggunaan telepon, media *short messanging service* (SMS-Pesan singkat), email dan media teknologi lainnya juga berpeluang yang sama untuk digunakan anak indigo dalam berkomunikasi dengan orang tuanya hanya saja isi dari pesan dan penggunaannya yang memungkinkan memiliki cara tersendiri. Media massa pun memungkinkan untuk terlibat dalam membentuk interaksi antara anak indigo dan orang tua seperti pesan yang dapat disampaikan melalui adanya tayangan televisi, film, radio, teks berita di koran, dan lainnya

Berbagai media sekunder lain yang membantu dalam membangun komunikasi verbal maupun non verbal juga dapat dikategorikan pada komunikasi sekunder. Ada beberapa karakter anak indigo yang memiliki minat kuat pada musik, sehingga musik juga dapat menjadi media sekunder. Contoh lain dari aplikasi media sekunder oleh anak indigo memungkinkan dapat terlihat dari kesenangannya pada cara berpakaian, buku, dan berbagai benda lainnya juga berpeluang untuk memiliki makna komunikasi yang dapat dimaknai orang tua.