BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul "Rasa Memiliki Dalam Komunitas cosplay" Penelitian skripsi tentang Komunitas cosplay ini diberbagai universitas sudah banyak yang membahas, namun pembahasannya berbeda.

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan Komunitas cosplay yang sudah ada, peneliti dapat melihat dan mencarinya dalam bentuk pelusuran data *online* (*Internet*), dan membaca keterangannya diabstrak. Berikut judul penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang Komunitas cosplay .

1. **Karina Aisyah (0806394532)**
   Universitas Indonesia (UI)
   Program Studi Sastra Jepang (Lulusan 2012)
   Judul : "Rasa Memiliki Dalam Komunitas cosplay"
   Keterangan :
   Skripsi ini membahas rasa memiliki dalam komunitas cosplay. Pembahasan dalam skripsi ini menggunakan konsep *fandom* atau budaya penggemar oleh Susah J. Napier. Penelitian ini difokuskan pada komunitas cosplay dengan menggunakan metode kualitatif dengan teknik deskripsi analisis. Komunitas cosplay seperti komunitas – komunitas lainnya dalam subkultur penggemar, memberikan rasa memiliki. Terlebih lagi, adanya sitgma sosial yang

diterima oleh *cosplayer* di masyarakat membuat *cosplayer* tidak dapat terbuka dengan orang lain di luar komunitas. Hal inilah yang menyebabkan mengapa para penggemar *anime* dan *manga* begitu tertarik untuk bergabung dalam komunitas cosplay yang merupakan wadah yang menerima siapapun yang memiliki minat yang sama dan pada saat yang sama, memberikan rasa memiliki. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis rasa memiliki dalam komunitas cosplay yang merupakan salah satu komunitas dalam *fandom anime* di Jepang.

2. Maria Mawati Puspa (41807061)

Universitas Komputer Indonesia

Program Studi Ilmu Komunikasi (Lulusan 2011)

Judul : "Pengelolaan Kesan Pemain Kostum Kartun Jepang Dalam Event "Second Anniversary Cosplay Bandung" di Braga Citywalk"

Keterangan:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Studi Dramaturgis dengan Pendekatan Interaksi Simbolik Mengenai Pengelolaan Kesan Pemain Kostum Kartun Jepang dalam Event "*Second Anniversary* cosplay Bandung" Di Braga CityWalk dengan indikator Panggung Belakang, Panggung Tengah, Panggung Depan, dan Dramaturgis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan pemilihan informan menggunakan teknik sosiometrik. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam, pengamatan berperan serta, studi pustaka, internet *searching* dan dokumentasi. Pada penelitian ini subjeknya adalah *cosplayer* (pemain kostum kartun jepang) dengan rentang usia antara 18-46 tahun. Informan penelitian berjumlah 7 orang.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dalam panggung belakang (*Back Stage*) Pengelolaan Kesan yang dilakukan oleh

pemain kostum kartun Jepang, ketika tidak sedang memainkan perannya sebagai *cosplayer*, mereka dapat berbicara sebebas mungkin dan tidak perlu bersandiwara dalam mendiskusikan konsep Ragnarok *Online*, pelatihan *dubbing*, pelaksanaan *dubbing*, merancang kostum, mempersiapkan alat make up *Geisha*, atribut, properti dan hal teknis lainnya, dan ketika melaksanakan latihan intensif. Dalam Panggung tengah (*Middle Stage*) Pengelolaan Kesan yang dilakukan meliputi gaya bicara, penampilan, penguasaan situasi, sikap dan perilaku yang meliputi ruang lingkup latihan ingatan emosi amarah, latihan ingatan peristiwa, adegan tunggal/menghafal adegan sendiri, adegan berpasangan aksi reaksi, adegan kelompok; *Narrative Pantomime, Dubbing, Normal, Slow and Fast, Tree Ways Conversation, One Word, One Sentence, Singing Dialogu)*, berfoto, atau mengobrol tentang Ragnarok Online. Dalam Panggung depan (*Front Stage*), pengelolaan kesan yang dilakukan meliputi gaya bicara, penampilan, sikap dan perilaku yang meliputi ruang lingkup adegan teatrikal tentang Ragnarok Online, adegan tarian, serta *walk street* , dan juga jarak peran antar pemain, jarak sosial kepada penonton untuk mendapatkan kesan yang *cosplayer* inginkan (kesan keren, kreatif, lucu dsb).

Simpulan dari penelitian Studi Dramaturgis Pengelolaan Kesan Pemain Kostum Kartun Jepang menunjukan bahwa cosplay layaknya sebuah panggung sandiwara, setiap *cosplayer* berlomba- lomba melakukan pengelolaan kesan untuk menampilkan citra diri yang positif. Namun karakter asli *cosplayer* masih terbawa ke dalam panggung depan yang seharusnya hanya memainkan karakter tokoh mereka saja. Selanjutnya disarankan sebaiknya para *cosplayer* lebih profesional dan menambah porsi latihan serta memperbaiki komunikasi diantara anggota sesama tim.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu memang merupakan ilmu sosial yang relatif muda, walaupun sesungguhnya komunikasi sendiri merupakan kegiatan yang secara naluriah sudah melekat sejak manusia itu dilahirkan. Seorang bayi menangis untuk menarik perhatian orang lain atau ibunya, atau untuk mengatakan dirinya lapar.

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

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

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

Untuk mengetahui lebih dalam dan jelas tentang Ilmu Komunikasi, diawali dengan pengertian dan asal kata dari para ahli terkemuka.

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Dalam kehidupan kita, disadari atau tidak mempengaruhi orang lain agar berbuat seperti yang kita inginkan hampir setiap hari kita lakukan. Kita menginginkan orang lain mengerti ucapan kita. Kita meninginkan orang lain bersikap seperti yang kita inginkan. Kita menginginkan orang lain berbuat seperti yang kita inginkan. Demikian pula sebaliknya orang lain terhadap kita.

Adapun menurut **Everett M. Rogers** sebagaimana dikutip dalam buku Deddy Mulyana, menyatakan: "Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka." (Mulyana, 2007:69)

Sekalipun definisi komunikasi itu pasti berbeda-beda, orang dapat menarik unsur-unsur tertentu dari komunikasi. Berikut definisi yang dikemukan **Berelson** dan **Steiner** (1964), sebagaimana dikutip dalam buku "Teori-Teori Komunikasi", menerangkan bahwa ilmu komunikasi adalah "Penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol-kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain." (B.Aubrey Fisher dalam Rakhmat, 1986:10)

Berbeda dengan definisi yang dikemukan **Shachter** (1961) menyatakan Ilmu Komunikasi adalah :

> "Komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan." Definisi ini menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial di mana seorang mempengaruhi atau berusaha memperngaruhi perilaku, keyakinan, sikap, dan seterusnya dari orang lain dalam suatu suasana sosial." (B.Aubrey Fisher dalam Rakhmat, 1986:10)

Definisi lainnya yang mengungkapan tentang ilmu komunikasi. **Dance** (1967) mendefinisikan komunikasi yaitu :

> "Komunikasi dalam kerangka kerja psikologi perilaku manusia yang luas melalui pendefinisian komunikasi manusia sebagai "pengungkapan respon melalui simbol-simbol verbal", dimana simbol-simbol verbal itu bertindak sebagai perangsang (stimuli) bagi respons yang terungkapkan tadi." (B.Aubrey Fisher dalam Rakhmat, 1986:10)

Seseorang akan benar-benar dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas. Dalam prosesnya tak luput dari komponen-komponen didalamya yang melakukan serta hal-hal yang mendukung proses tersebut.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi-fungsi dalam kehidupan manusia. Adapun dalam buku Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal oleh **Agus M. Hardjana** menjelaskan tentang fungsi komunikasi dapat dilihat dari hidup

pribadi, hubungan dengan orang lain, di tempat kerja, dan dalam masyarakat. Berikut fungsi komunikasi :

1. **Hidup Pribadi, melalui komunikasi kita dapat :**
   a. Mengungkapkan perasaan dan gagasan kita, komunikasi dapat menjadi alat katarsis untuk melepaskan beban mental dan psikologis sehingga kita mendapatkan keseimbangan hidup kembali
   b. Menjelaskan isi perasaan, isi pikiran, dan perilaku kita sendiri.
   c. Semakin mengenal diri, dengan komunikasi kita mengenal isi hati, pikiran dan perilaku kita, dan mendapat umpan balik dari rekan komunikasi kita tentang emosi, pikiran, kehendak, cita-cita dan perilaku kita.

2. **Hubungan Dengan Orang Lain, melalui komunikasi kita dapat :**
   a. Mengenal orang lain karena melalui komunikasi orang lain mengungkapkan diri kepada kita.
   b. Menjalin perkenalan, pertemanan, dan persahabatan dengan orang lain.
   c. Membahas masalah, bertukar pikiran, dan membuat rencana kegiatan bersama orang lain.
   d. Meminta bantuan dan pertolongan kepada orang lain.
   e. Saling membantu mengubah sikap dan perilaku hidup bersama orang lain.

3. **Di Tempat Kerja, melalui komunikasi kita dapat :**
   a. Menjalin hubungan baik dengan rekan kerja ditempat kerja.
   b. Membangun kerja sama dan sinergi dengan rekan kerja.
   c. Memberi tahu tentang kerja dan mengarahkan kerja itu sesuai dengan tujuan.
   d. Mengatasi perbedaan pendapat, ketegangan dan konflik.

4. **Dalam Masyarakat, melalui komunikasi kita dapat :**
   a. Mempersatukan masyarakat.
   b. Mengatasi masalah bersama dalam masyarakat.
   c. Membuat usaha kemajuan untuk masyarakat.
   d. Mengusahakan kesejahteraan masyarakat.
   (Hardjana, 2003:20-21)

Berbeda yang ada di dalam buku Ilmu Komunikasi oleh **Daryanto**, mengemukakan fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Menyampaikan Informasi (*To Inform*)
2. Mendidik (*To Educate*)
3. Membujuk (*To Persuade*)
4. Menghibur (*To Entertaint*). (Daryanto, 2011:149-150)

Dari fungsi-fungsi komunikasi yang dikemukakan diatas, maka komunikasi pun memiliki tujuan penting dalam kehidupan manusia agar tercapainya suatu kepentingan yang ingin dicapai.

2.1.2.3 Unsur Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi oleh **Daryanto** menjelaskan tentang unsur-unsur komunikasi yang selalu terdapat dalam peristiwa komunikasi manapun. Berikut unsur-unsur komunikasi :

1. **Sumber**
   Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
2. **Meng-*encode***
   Suatu keadaan internal tidak dapat dibagi bersama secara langsung maka diperlukan simbol-simbol (pesan verbal maupun non verbal) yang mewakili.
3. **Pesan**
   Merupakan hasil *encoding*. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol verbal atau nonverbal yang mewakili keadaan khusus sumber pada satu dan tempat tertentu.
4. **Saluran**
   Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.
5. **Penerima**
   Orang-orang yang menerima pesan dengan sedemikian terhubungkan dengan sumber pesan.

6. **Men-*decode***
   Decoding merupakan kegiatan internal dari penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-mavcam data dalam bentuk "mentah", yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
7. ***Respons* Penerima**
   Suatu yang telah diputuskan oleh penerima untuk dilakukan terhadap pesan. *Respons* dapat bervariasi sepanjang dimensi minimum sampai maksimum.
8. **Balikan (*feedback*)**
   Merupakan informasi bagi sumber sehingga ia dapat menilai efektivitas komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada.
9. **Gangguan (*noise*)**
   Gangguan beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* dapat masuk ke dalam sistem komunikasi manapun, merupakan segala sesuatu yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian pesan, termasuk yang bersifat fisik atau psikis.
10. **Bidang Pengalaman**
    Komunikasi dapat terjadi sejauh para pelaku memiliki pengalaman-pengalaman yang sama. Perbedaan dapat mengakibatkan komunikasi menjadi sulit. Walaupun perbedaan tidak dapat dihilangkan, harapan untuk terjadi komunikasi sungguh mungkin terlaksana.
11. **Konteks Komunikasi**
    Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak dalam tiga dimensi (Dimensi fisik, Dimensi Sosial, dan Dimensi Norma). (Daryanto, 2011:92-94)

Berbeda dengan penjelasan mengenai unsur komunikasi di dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh **Deddy Mulyana**. Mennyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut :

1. ***Source* (sumber)**
   Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.
2. ***Communicator* (komunikator) / penyampaian pesan**

Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal "*credibility of communicator*" atau kepercayaan kepada komunikator.

3. ***Message*** **(pesan)**
   Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (*thema*) yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.
4. ***Channel*** **(saluran)**
   Channel adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan "media".
5. ***Audience*** **(komunikasi) / penerima pesan**
   Komunikan dapat kita golongkan dalam 3 jenis yaitu persona (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan,mengahadapi komunikan perlu di perhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan.
6. ***Effect*** **(Hasil)**
   Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. (Mulyana, 2005:5-16)

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki tujuan-tujuan dalam kehidupan manusia. Tujuan Komunikasi adalah untuk membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama.

Dalam bukunya **Daryanto**, mengemukakan bahwa tujuan komunikasi antara lain :

a. **Perubahan Sikap** (*Attitude Change*), seorang komunikan setelah menerima pesan, kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, kita berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap psoitif sesuai keinginan kita

b. **Perubahan Pendapat** (*Opinion Change*), dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami arti komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.
c. **Perubahan Perilaku** (*Behavior Change*), komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku ataupun tindakan seseorang.
d. **Perubahan Sosial (***Social Change***),** membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. (Daryanto, 2011:148-149)

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Menurut **Cutlip** dan **Center** dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi menyatakan komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap proses komunikasi yaitu :

a. Fact Finding
Adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi.

b. *Planning*
Berdasarkan fakta dan data,di buatlah rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.

c. Communicating
Setelah *planning* disusun maka tahap selanjutnya adalah *communicating* atau berkomunikasi.

d. Evaluation
Penilaian dan analisis, diperlukan untuk setiap kali melihat bagaimana hasil komunikasi tersebut. Ini kemudian menjadi bahan bagi perencanaan selanjutnya untuk melakukan komunikasi berikutnya. (Mulyana, 2005:17-18)

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang dalam pengertian komunikasi adalah :

a. Bahasa, baik yang bersifat lisan maupun tulisan dan yang dipahami oleh pihak-pihak yang berkomunikasi
b. Isyarat, misalnya dengan menggerakkan suatu bagian badan seperti kerlingan mata, menganggukkan kepala, tersenyum.
c. Tanda, misalnya dalam peraturan lalu lintas
d. Gambar, misalnya peta, grafik.[1]

2.1.2.6 Sifat Komunikasi

Dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh **Deddy Mulyana**, menjelaskan suatu sifat komunikasi, dilihat dari sifatnya komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Komunikasi dapat bersifat verbal (*verbal communication*).
b. Komunikasi dapat bersifat Non verbal (*nonverbal communication*).
c. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*).

[1] http://sulur.students-blog.undip.ac.id/2009/06/16/proses-komunikasi/ (Sabtu, 17 November 2012 Pukul 12:36)

d. Komunikasi bermedia (*mediated communication*). (Mulyana, 2005:44)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Penelitian ini masuk pada komuniksi kelompok karena dilakukan oleh banyak orang yang memiliki jalan pikiran yang sama. Sama dalam artian disini adalah sekelompok orang yang sesama memiliki kecintaan terhadap cosplay.

Menurut Onong dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa ”Komunikasi kelompok (group *communication*) berarti komuniksi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.” (Onong, 2003 : 75)

Dan B. Curtis, James J. Floyd dan Jerril L. Winson (2005:49) menyatakan komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya di bawah pengarahan seseorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat-sifat komunikasi sebagai berikut :

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain

Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Sedangkan komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada efeksi komunikan dan prosesnya berlangsung secara linear. (Onong, 2003 : 76-77)

Disini komunitas cosplay Shinsen-Gumi termasuk kepada komunikasi kelompok kecil yang keberadaannya masih minoritas dilingkungan, masyarakat bahkan dunia dengan kesensitifan dan ketertutupan yang komunitas ini perlihatkan kepada orang lain.

2.1.3.1 Proses Komunikasi Kelompok

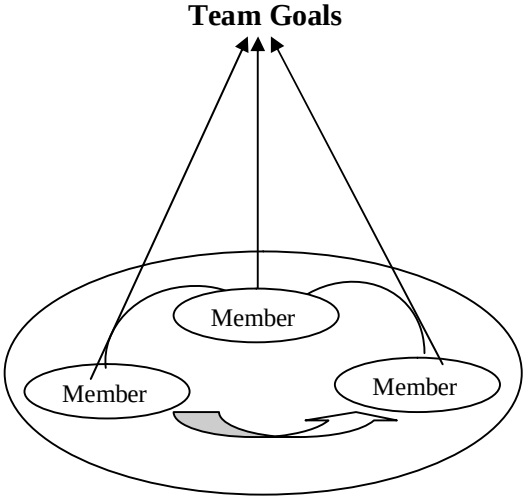
Kelompok berarti beberapa orang yang terhubung dalam satu sistem komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus dari waktu ke waktu, *face to face* atau *computer mediate,* yang memiliki *goal*, tujuan serta norma yang sama yang akhirnya kelompok tersebut akan mencapai tujuan tersebut secara bersamaan (Cragan, 2004).

Bernegoisasi satu sama lain, atau berkomunikasi bukanlah menukarkan informasi satu orang ke orang lain. Melainkan memberi dan menerima informasi satu sama lain dalam sebuah percakapan yang nantinya akan ditemukan suatu interpertasi yang sama antar anggotanya.

Proses komunikasi kelompok dapat dijelaskan pada gambar di bawah ini.

Gambar. 2.1

Model Proses Komunikasi 3 Anggota



Sumber : Data Peneliti

2.1.3.2 Faktor-Faktor Pembentuk Komunikasi Kelompok

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya komunikasi Kelompok adalah kumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Atau dengan kata lain, kelompok adalah kumpulan

orang yang saling berinteraksi, interdependen (saling tergantung antara satu dengan yang lainnya), dan berada bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama.

Dua faktor utama yang mengarahkan pilihan tersebut adalah kedekatandan kesamaan.

a. Keadaan

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

b. Kebersamaan

Pembentukan kelompok tidak hanya tergantung pada kedekatan fisik, tetapi juga kesamaan diantara anggota-anggotanya. Sudah menjadi kebiasaan, orang lebih suka

berhubungan dengan orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan minat, kepercayaan, nilai, usia, tingkat intelejensi, dan karakter-karakter personal lain. Kesamaan juga merupakan faktor utama dalam memilih calon pasangan untuk membentuk kelompok yang disebut keluarga.

2.1.3.3 Elemen Komunikasi Kelompok

Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya *Human Communication*, memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Ada empat elemen yang tercangkup dalam definisi di atas, yaitu :

1. Interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi, maksud dan tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya.

2. Terminologi tatap muka (*face-to-face*) mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Dengan demikian, makna tatap muka tersebut berkait erat dengan adanya interaksi di antara semua anggota kelompok. Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar antara 3 sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika jumlah partisipan melebihi 20 orang, kurang memungkinkan berlangsungnya suatu interaksi di mana setiap anggota kelompok maupun melihat dan mendengar anggota lainnya. Dan karenanya kurang tepat untuk dikatakan sebagai komunikasi kelompok.
3. Maksud dan tujuan yang dikehendaki sebagai elemen ketiga dari definisi di atas, bermakna bahwa maksud dan tujuan tersebut akan memberikan beberapa tipe identitas kelompok. Jika tujuan kelompok tersebut adalah berbagi pengetahuan (*to impart knowledge*). Sementara kelompok yang memiliki tujuan pemeliharaan diri (*self-maintenance*), biasanya memusatkan perhatiannya pada anggota kelompok atau struktur kelompok itu sendiri. Tindak komunikasi yang dihasilkan adalah kepuasan

kebutuhan pribadi, kepuasan kebutuhan kolektif kelompok bahkan kelangsungan hidup dari kelompok itu sendiri. Dan apabila tujuan kelompok adalah upaya pemecahan masalah, maka kelompok tersebut bisanya melibatkan beberapa tipe pembuatan keputusan untuk mengurangi kesulitan-kesulitan yang dihadapi.

4. Elemen keempat adalah kemampuan anggota kelompok untuk menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya secara akurat. Ini mengandung arti bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan dengan satu sama lain dan maksud atau tujuan kelompok telah terdefinisikan dengan jelas, di samping itu identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan permanen. Batasan lain mengenai komunikasi kelompok dikemukakan oleh Ronald Adler dan George Rodman adalah mereka mengatakan bahwa kelompok atau grup merupakan sekumpulan kecil orang yang saling berinteraksi, biasanya tatap muka dalam mencapai tujuan tertentu. (Burgoon, 1994).

2.1.3.4 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu *norma* dan *peran.*

Norma adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang- orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku satu sama lainnya. Severin dan Tankard yang dikutip Suprapto menyebutkan ada dua jenis norma, yaitu deskriptif dan perintah. Norma deskriptif menentukan apa yang seharusnya dilakukandalam sebuah konteks, sedangkan norma perintah menentukan apa yang umumnya disetujuai oleh masyarakat.

Terdapat tiga kategori norma dalam kelompok yaitu norma sosial, prosedural, dan tugas. norma sosial mengatur hubungan dianatar anggota kelompok. Sedangkan norma prosedural menguraikan secara rinci bagaimana suatu kelompok mengambil keputusan, harus beroperasi, dan pada akhirnya pada lkesepakatan kelompok. Norma tugas mengatur bagaimana pekerjaan harus dilakukan (Sendjaja 2002: 3.6).

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Menurut Soerjono Soekanto, seseorang telah menjalankan peran apabila telh melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Menurut Adler & Rodman peran dalam komuikasi kelompok meliputi fungsi tugas dan pemeliharaan. Fungsi Tugas yaitu pemberi informasi, pemberi pendapat, pencari informasi dan pemberi aturan. Sedangkan Fungsi Pemeliharaan meliputi pendorong partisipasi, penyelaras, penurunan ketegangan, penanganan persoalan pribadi.

Menurut Brilhart, ada 5 karakteristik komunikasi dalam kelompok, yaitu:

1. Meliputi sekelompok kecil orang (2-20) sehingga setiap orang menjadi sadar & mampu bereaksi terhadap yang lainnya.
2. Untuk keberhasilan pencapaian tujuan setiap orang harus terikat dalam kondisi saling ketergantungan.
3. Setiap orang harus mempunyai rasa saling memiliki dan mengidentifikasi diri dengan anggota kelompok lain.
4. Interaksi secara oral, walau tidak seluruh interaksi berlangsung secara oral, tapi yang signifikan melalui pembicaraan.
5. Perilaku didasarkan pada norma-norma, nilai dan prosedur yg diterima tiap anggota.

2.1.3.5 Jenis-Jenis Komunikasi Kelompok

1. Komunikasi kelompok kecil

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

a. Ditujukan kepada kognisi komunikan.

b. Prosesnya berlangsung secara dialogis.

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

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

Dalam kehidupan sehari-hari begitu banyak jenis komunikasi kelompok kecil, antara lain, seperti telah d singgung di atas : rapat (rapat kerja rapat pimpinann,

rapat mingguan), kuliah, ceramah, brifing, penataran, loka karya, diskusi panel, forum, symposium, seminar, konferensi, kongres.curah saran(brainstorming).

2. Komunikasi kelompok besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar (large/macro group communication) adalah komunikasi yang.

a. Ditujukan kepada seleksi komunikan

b. Prosesnya berlangsung secara linear

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

Proses komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari

komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang seperti telah diterangkan tadi berlangsung secara sirkular. Dialogis, bertanya jawab. Dalam pidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang orator dengan salah seorang dari khalayak massa.

2.1.3.6 Fungsi-Fungsi Komunikasi Kelompok

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

1. Hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.
2. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal

maupun informal bekerja unutk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Namun demikian, fungsi pendidikan dalam kelompok akan sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, bergantung pada tiga faktor, yaitu jumlah informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok serta frekuensi interaksi di antara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompk membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

3. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya mempersuasikan anggota lainnyasupaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang

berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.

4. Fungsi kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya; sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*), berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahn masalah menghasilkan materi atau bahan untuk pembuatan keputusan.
5. Terapi adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus. Contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita

narkotika, kelompok perokok berat dan sebagainya. Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi dikenal dengan nama pengungkapan ciri (*selfdisclosure*). Artinya, dalam suasana yang. mendukung, setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar anggota dalam diskusi yang dilakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi terapi yang akan mengaturnya.

2.1.3.7 Klasifikasi Komunikasi Kelompok

Berikut ini adalah tiga klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh pada ilmuwan sosiologi :

1. Kelompok primer dan sekunder.

   Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

a. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
b. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
c. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
d. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
e. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

2. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.

Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah

kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

3. Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: *a*. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan *c*. kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada

tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

2.1.4 Tinjauan Tentang Eksistensi

Perlu dikatakan bahwa eksistensi manusia mempunyai proses yang rumit. Dengan begitu, eksistensi manusia merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat pergulatan, konflik, dan ketegangan tanpa henti-hentinya untuk mencari bentuk demi mewujudkan dirinya secara optimal. Eksistensi tak pernah ada dalam ruang kosong. Dalam prosesnya, ia selalu berhadapan dan bahkan bertabrakan dengan eksistensi lain, sering kali terjadi dalam ruang dan waktu bersamaan.

Eksistensi manusia mengalami konflik baik secara vertikal kepada Tuhan maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan alam. Dalam konflik dengan eksistensi Tuhan, seperti meragukan ada-Nya dan Ketetapan-Nya, manusia seharusnya menyelesaikan diri dengan eksistensi Tuhan. Sebab, pada hakikatnya manusia tidak akan

mempu untuk menggugat-Nya, sebab manusia sendiri merupakan salah satu bagian dari eksistensi Tuhan.

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

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsure bertahan. Sedangkan menurut Zaenal Abidin (2002:16) :

> "Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu 'menjadi' atau 'mengada'. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yajni *exsistere*, yanga artinya keluar dari, 'melampaui' atau mengatasi'. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya".

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

Eksistensi ini memberikan gambaran akan berbagai pembentukan diri individu dalam mempelajari lingkungan sekitarnya dan berusaha untuk dapat memberikan sumbangsihnya bagi sosial

sebagai bentuk pengharapan pengakuan dari sosialitas. Eksistensi ini terbentuk dengan adanya dorongan dari dalam diri individu dan tuntutan manusia sebagai makhluk sosial. Hal ini menyebabkan manusia memiliki kepentingan bagi dirinya selaku individu dan sebagai makhluk sosial, sebagaimana yang diungkapkan oleh Setiawan yang dikutip oleh Rismawaty bahwa:

> "Manusia hidup antara dua kutub eksistensi, yaitu kutub eksistensi individual dan kutub eksistensi sosial, di mana keduanya amat terjalin dan tampaknya menjadi suatu hal yang tak terpisahkan dalam diri manusia (indivisualisasi dan sosialisasi). Pada suatu pihak ia berhak mengemukakan dirinya (kutub eksistensi individual), ingin dihargai dan diakui tetapi pada pihak lain ia harus mampu menyesuaikan diri pada ketentuan-ketentuan yang berlaku didalam masyarakat didalam lingkungan sosialnya (kutub eksistensi sosial)." (Rismawaty, 2008: 29).

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan bahwa dirinya eksis, ini disebut sebagai aktualisasi diri atau lebih tepatnya lagi lebih kepada pernyataan eksistensi diri. Deddy Mulyana memodifikasi pernyataan filsuf Prancis, Rene Descartes yang terkenal "*Cogito ergo sum*" (saya berfikir, maka saya ada) yang kemudian diganti menjadi "Saya berbicara, maka saya ada".

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunitas

Istilah masyarakat berasal dari kata musyarak yang berasal dari Bahasa Arab yang memiliki arti ikut serta atau berpartisipasi, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *Society*. Sehingga bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang

berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas.

2.1.4.1 Pengertian Komunitas

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

Proses pembentukannya bersifat horisontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara.

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

Istilah kata arti komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Definisi Arti Komunitas adalah sebuah identifikasi dan

interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), Arti Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

Menurut pengertian di atas, komunitas adalah jaringan dari beberapa individu yang saling mengikat yang meningkatkan sosialisasi sesama jaringan, saling mendukung, memberikan informasi, adanya rasa memiliki dan menjadi identitas sosial. Ikatan yang kuat dan dukungan dari sesama anggota komunitas memungkinkan adanya saling ketergantungan di antara anggota komunitas yang secara sadar atau tidak terjadi interaksi saling memanfaatkan di antara anggota komunitas.

2.1.4.2 Konsep Komunitas

Komunitas juga perlu memiliki kekuatan sebagai acuan bersama, bahwa kekuatan dari komunitas sangat penting bagi keberlangsungan kehidupan komunitas tersebut. Dimana pegangan dari komunitas melengkapi kriteria subjektif dari kebersamaan, perasaan saling terhubung yang memberikan

perasaan dari kepunyaan.

2.1.4.3 Ciri-ciri Komunitas

Berikut ini adalah ciri-ciri dari komunitas, yaitu :

a. Adanya keanggotaan di dalamnya, tidak mungkin ada komunitas tanpa ada anggota.
b. Adanya saling mempengaruhi, anggota komunitas bisa saling mempengaruhi satu sama lainnya.
c. Adanya integrasi dan pemenuhan kebutuhan antar anggota.
d. Adanya ikatan emosional antar anggota.

Komunitas dapat dikatakan sebagai sekelompok orang yang saling mempengaruhi, memiliki kesamaan identitas kelompok dan memiliki ikatan emosional antar anggotanya.

2.1.4.4 Manfaat Komunitas

Komunitas memiliki sejumlah manfaat yaitu:

a. Menampung ide- ide yang berasal dari masyarakat luas, sehingga dapat dipilih ide yang tepat untuk dijadikan kebijakan bagi masyarakat sosial.
b. Mengungkapkan ikatan-ikatan dalam masyarakat umum dan juga sosialisasinya.
c. Mengungkapkan relasi sosial secara spesifik, dalam hubungan dengan negara yang bersifat autokratik.

d. Menghubungkan arti dunia dengan segera, dan berkait dengan kehidupan sehari-hari.
e. Memperluas jaringan pertemanan.
f. Lebih banyak kesempatan untuk berbagi pengalaman dengan sesama anggota atau anggota komunitas lain.
g. Kesempatan belajar yang terbuka luas bagi setiap anggota komunitas.
h. Saling membantu dalam menghadapi masalah dan memecahkan suatu masalah.

2.1.4.5 Hubungan Sosial Komunitas

Hubungan sosial komunitas merupakan hubungan yang terbentuk berdasarkan atas pola interaksi yang terjadi, baik di dalam komunitas maupun antar komunitas. Umumnya hubungan sosial yang terbentuk di dalam komunitas adalah hubungan pertemanan, hubungan kekerabatan, dan hubungan pekerjaan. Sedangkan dalam hubungan antar komunitas terdapat hubungan persaingan, selain hubungan-hubungan yang ada dalam komunitas.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran baik secara teoritis maupun konseptual. Adapun kerangka pemikiran secara teoritis dan konseptual, sebagai berikut :

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini didasari pada pemikiran kerangka teoritis, adapun fokus dari judul penelitian ini adalah eksistensi, eksistensi adalah faktor penting dalamkehidupan manusia, seorang manusia tanpa eksistensi hidupnya akan terasa tidak beraturan mengingat manusia adalah makhluk sosial. Mengapa eksistensi itu menjadi suatu pemahaman yang sangat penting? Sebab eksistensi akan membentuk seseorang untuk menjadi pribadi yang lebih baik, karena ketika eksistensi yang baik sudah terbentuk seseorang itu otomatis akan menjadi pribadi yang lebih baik karena eksistensinya tersebut.

Karl Jasper dalam buku Harun Hadiwijono yang berjudul Sari Sejarah Filsafat Barat 2 mendefinisikan eksistensi yaitu:

> "Eksistensi tidak dapat dijadikan obyek. Eksistensi adalah apa yang di dalam mite disebut jiwa, yaitu titik pangkal dari mana kita berpikir dan berbuat. Tetapi eksistensi bukanlah subyektivitas, sebab dalam kenyataannya eksistensi terdiri dari pendobrakan lingkaran dimana subyek dan obyek berada. Eksistensi berada diluar pembedaan antara subyek dan obyek, dan tidak dapat diuraikan dengan pengertian-pengertian dalam suatu sistem tertutup. Eksistensi hanya dapat diterangi dengan mempergunakan kategori-kategori sendiri, yaitu: kebebasan, komunikasi dan sejarah."

Eksistensi ini sebenarnya, akan ditentukan oleh banyak hal seperti "**kemampuan**". Kemampuan adalah tenaga (daya kekuatan) untuk melakukan suatu perbuatan. Kemampuan bisa merupakan kesanggupan bawaan sejak lahir, atau merupakan hasil latihan atau praktek. (Robbins, 2000:46)

Kemampuan ini sangat berpengaruh penting dalam proses pembentukan eksistensi. Disini kemampuan setiap anggota komunitas cosplay Shinsen-Gumi dalam melakukan show di setiap acara yang diikuti mereka akan berpengaruh pada proses pembentukan eksistensi mereka di masyarakat.

Perkembangan adalah proses yang bersifat kualitatif dan berhubungan dengan kematangan seorang individu yang ditinjau dari perubahan yang bersifat progresif serta sistematis di dalam diri manusia. Akhmad Sudrajat memberikan definisi bahwa "Perkembangan dapat diartikan sebagai perubahan yang sistematis, progresif dan berkesinambungan dalam diri individu sejak lahir hingga akhir hayatnya atau dapat diartikan pula sebagai perubahan–perubahan yang dialami individu menuju tingkat kedewasaan atau kematangannya."[2]

Perkembangan yang dialami oleh komunitas cosplay Shinsen-Gumi merupakan gambaran dari keseriusan mereka dalam membentuk eksistensi mereka di masyarakat. Perkembangan ini akan terlihat dari

[2] http://definisimu.blogspot.com/2012/08/definisi-perkembangan.html

perubahan-perubahan pada acara yang mereka ikuti, kostum yang mereka kenakan, dan teknologi yang mereka gunakan dalam guna membentuk eksistensi mereka di masyarakat.

Pencitraan sebuah gambaran atau persepsi seseorang atau banyak orang terhadap pribadi maupun nonpribadi berkaitan dengan tampilan atau perilaku pribadi maupun nonpribadi dalam kondisi tertentu.

Pencitraan merupakan bagian terakhir dan penentu dalam pembentukan sebuah eksistensi. Pencitraan adalah tahap yang terbentuk dari kegiatan-kegiatan komunitas cosplay Shinsen-Gumi dan juga perkembangannya. Setelah melakukan *show* pencitraan ini akan otomatis dilakukan oleh komunitas cosplay Shinsen-Gumi dan masyarakat akan memberikan feedback yang akan berujung pada pembentukan eksistensi komunitas cosplay Shinsen-Gumi di masyarakat.

Dari kerangka pemikiran secara teoritis diatas, peneliti hanya mengambil faktor dari eksistensi yaitu **kemampuan, perkembangan,** dan **pencitraan** sebagai ranah pemikirian peneliti kedepannya serta subfokus-subfokus terpilih lainnya yang ikut dijadikan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran teoritis diatas diaplikasikan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu

Eksistensi Komunitas *cosplayer* di Kota Bandung. Dengan fakta yang tampak ini menjadi suatu fenomena dalam realitas kehidupan ini. Maka, dari apa yang tampak tersebut terdapatnya sebuah **kemampuan** yang dimiliki oleh para anggota komunitasnya sendiri dengan melakukan *show* sebagai cara mereka untuk berkomunikasi dengan orang-orang diluar komunitas karena cara ini adalah hal yang paling efektif untuk dapat meraih rasa simpatik masyarakat terhadap komunitas mereka.

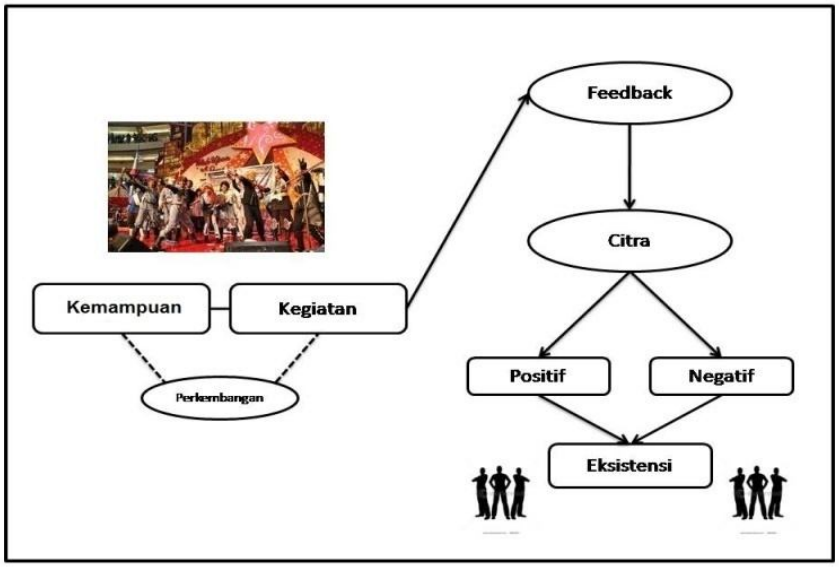
Eksistensi terbentuk dari **kemampuan** komunitas Shinsen-Gumi dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang akan membentuk citra mereka dengan melakukan kegiatan tersebut dengan tekun. Dengan ketekunan tersebut akan muncul sebuah **perkembangan** efek dari pengalaman saat melakukan kegiatan tersebut, kegiatan komunitas cosplay ini menjadi beragam dan hal ini berdampak pada eksistensi mereka di masyarakat.

Pencitraan menjadi sebuah langkah akhir bagi komunitas cosplay Shinsen-Gumi dalam membentuk eksistensi mereka. *Feedback* masyarakat terhadap masyarakat ketika komunitas tersebut mengikuti sebuah kegiatan atau acara akan sangat berpengaruh pada citra komunitas tersebut. Citra yang baik akan membentuk sebuah eksistensi yang positif dan sudah tentu akan mendatangkan kebahagiaan bagi para anggota komunitas cosplay Shinsen-Gumi. Sebaliknya, citra yang buruk akan membentuk sebuah eksistensi yang negatif akan membuat

keberadaan komunitas cosplay Shinsen-Gumi semakin terpuruk dan dipandang sebelah mata oleh masyarakat.

Gambar 2.2

Alur Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2012

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas peneliti mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dalam pikiran, sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis.

Kegiatan yang dilakukan berdasarkan kemampuan dan terus menerus dilakukan oleh para *cosplayer* adalah tahap awal dalam pembentukan sebuah eksistensi, kegiatan ini menunjukan bahwa mereka ada dan ingin turut serta berpartisipasi dalam kehidupan sosial

dimasyarakat. Hal ini merupakan faktor kunci karena inilah cara yang paling efektif yang bisa dilakukan oleh para *cosplayer* ini.

Dengan partisipasinya dalam setiap kegiatan yang diadakan, para cosplay*er* ini akan mempunyai pengalaman dari tiap kegiatannya dan hal ini akan membuat mereka berkembang, baik dari segi pola pikir maupun ide atau kreatifitas. Perkembangan ini juga mengikuti dengan lingkungan sekitarnya, seperti perkembangan teknologi. Teknologi yang ada dapat dimanfaatkan oleh para cosplay*er* ini. Contohnya di era teknologi informasi ini para cosplay*er* ini dapat menggunakan *social media* sebagai ajang untuk mengembangkan eksistensi mereka.

Dari setiap kegiatan yang mereka ikuti, para cosplay*er* ini sangat mengharapkan adanya masyarakat yang menonton mereka ketika *perform* karena kembali pada tujuan awal yaitu eksistensi. Ketika orang-orang yang melihat penampilan mereka, tentu saja ada *feedback* yang disampaikan kepada para cosplay*er* ini. *Feedback* tersebut sangat beragam, mulai dari yang positif hingga negatif, semua itu tergantung pada individu yang menonton juga dari cosplay*er* itu sendiri. Ketika *feedback* itu muncul, maka membentuk sebuah citra dari setiap orang yang menonton acara tersebut. Pencitraan ini adalah langkah terakhir dari pembentukan eksistensi komunitas cosplay ini. Setiap orang ingin mempunyai eksistensi dan ikut berpartisipasi dalam kehidupan sosial, karena manusia adalah makhluk sosial. Namun eksistensi itu sendiri tidak akan tercipta dengan sendirinya. Setiap manusia yang ingin

eksistensinya diterima oleh masyarakat harus dapat menunjukan bahwa mereka ada, oleh karena itu manusia harus terus ikut serta dalam setiap kegiatan atau acara yang melibatkan orang banyak, agar eksistensi tersebut tidak akan hilang di mata masyarakat.