BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan peninjauan pustaka terhadap beberapa hasil – hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas tentang konstruksi makna dengan menggunakan metode yang sama, yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

1. Skripsi Citra Abadi (NIM. 41809152), 2013. Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia dengan pembimbing DR. Oji Kurniadi. Penelitian ini berjudul "Konstruksi Makna Sosialita bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita Di Kota Bandung)".

   Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi makna sosialita bagi kalangan sosialita di kota Bandung. Sebagai suatu studi fenomenologi tentang konstruksi makna sosialita bagi kalangan sosialita di Kota. Subfokus penelitian mencakup nilai sosial yang digunakan, motif menjadi sosialita, pesan artifaktual yang digunakan serta pengalaman selama menjadi sosialita.Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan metode fenomenologi, teknik

pengumpulan data adalah dokumentasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan, observasi, dan penelusuran data online. Informan penelitian sebanyak enam orang, empat informan utama, dan dua informan pendukung, dengan menggunakan teknik purposive sampling.Teknik analisa data mencakup reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi. Uji keabsahan data diantaranya triangulasi data, menggunakan bahan referensi, dan *member check*. Hasil dari penelitian adalah Nilai sosial yang dijadikan sebagai pedoman untuk memaknai tentang makna sosialita adalah informasi dari hasil interaksi yang dilakukan dengan lingkungan sosial dan pengalaman yang dimiliki, karena hal itu dinilai memberikan pengetahuan tentang makna sosialita bagi sosialita.

Motif menjadi sosialita adalah ingin dikenal oleh banyak orang dengan status sosial yang tinggi, ingin eksis untuk kepentingan individual berupa bisnis, relasi dsb, serta ingin menjadi orang yang berpengaruh positif bagi orang lain. Pesan artifaktual yang digunakan adalah, penampilan dengan pakaian yang elegant dan diamond sebagai ciri khas sosialita.Pengalaman menjadi sosialita adalah bekerjasama dengan pihak tertentu dalam sebuah *event party*, launching sebuah brand dan geust star di acara *event party*.Selain itu membentuk organisasi yang bertujuan untuk kontribusipositif bagi lingkungan sosial.

Kesimpulan penelitianadalah Konstruksi makna bagi kalangan sosialita saat ini di dasari oleh nilai yang mereka tentukan secara subjektiv.

Jadi, makna sosialita diartikan secara berbeda oleh setiap individu. Secara garis besar makna sosialita saat ini mengalami pergeseran, Hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman yang terbatas.Saran peneliti adalah dengan segala keterbatasan pengetahuan yang kita miliki, kita harus bisa lebih cermat, kritis dengan semua apa yang kita terima dari luar diri kita. Walaupun semua pihak memberikan suatu yang sama belum tentu hal tersebut memiliki kebenaran yang utuh. Jadi kita harus lebih bijak dalam memahami suatu hal yang baru bagi kehidupan kita terutama tentang fenomena sosialita.

2. Skripsi Shalli Tsania (NIM.41810145), 2014. Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia. Penelitian ini berjudul "Konstruksi Makna Nebeng (Studi Fenomenologi mengenai Konstruksi Makna Nebeng Bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstruksi Makna Nebeng bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung. Subfokus penelitian ini mencakup tentang motif nebeng, pengalaman nebeng, dan konstruksi makna nebeng. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain penelitian fenomenologi. Informan

penelitian sebanyak enam orang, empat orang informan utama, dan dua orang informan pendukung didapatkan dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik analisa data dengan tahap reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan.Untuk uji keabsahan data menggunakan meningkatkan ketekenunan dan triangulasi.Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi, dan penelusuran data online. Hasil dari penelitian adalah motif nebeng berorientasi pada because motives and in order to motives yakni karena nebeng adalah kegiatan yang natural, karena belum memiliki kendaraan, karena kekhawatiran pulang kerja pada malam hari, serta karena ingin bertambahnya teman, relasi, kolega. Pengalaman nebeng adalah menekan biaya transportasi, kenyamanan ada partner ngobrol saat perjalanan, bertemu dengan orang baru dan bertambah relasi, teman serta wawasan baru.

Kostruksi nebeng yakni bukan persoalan ekonomi yang tidak berbayar saja melainkan muncul kembali budaya kolaborasi.Kesimpulan penelitian ini adalah anggota nebengers memiliki beragam motif untuk melakukan tebeng menebeng, penagalaman nebeng para anggota menjadi faktor penting menganai permasalahan keamanan,Konstruksi makna nebeng yang terangkat menjadi lebih meluas dan berdampak baik ke berabagi banyak hal. Saran peneliti adalah meningkatkan sosialisasi seputar nebengers,

meningkatkan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat, kerjasama dengan pihak pemerintah atau instansi lainnya untuk mencipakan dan meyakinkan situasi yang aman dan nyaman.

3. Skripsi Gita Rahmi Amanda (NIM.41810171), 2014. Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia. Penelitian ini berjudul Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung).

   Penelitian ini bermaksud mengetahui Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung.

   Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui nilai-nilai adat yang dipahami oleh mahasisiwi asal pariaman di kota bandung, motif mahasiswi asal pariaman yang ada di bandung dalam memaknai uang jemputan, dan pengalaman mahasiswi asal pariaman yang ada di kota bandung mengenai tradisi uang jemputan dalam adat pernikahan di pariaman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi fenomenologi. Data diperoleh melaui wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan internet searching. Adapun teknis analisi data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data,

penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan evaluasi. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa nilai yang di pahami oleh mahasiswi asal Pariaman mengenai uang jemputan dalam adat pernikahan di Pariaman merupakan nilai agama serta pengalaman yang dialami oleh mahasiswi asal Pariaman yang ada di kota Bandung mengenai uang jemputan berupa pengalaman baik dan buruk. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konstruksi makna uang jemputan dalam adat pernikahan di pariaman bagi mahasiswi asal pariaman di kota bandung adalah bentuk saling menghargai dari kedua belah pihak keluarga yang akan menjadi satu. Saran yang dapat peneliti berikan sebagai seorang mahasiswi ialah, hendaknya sebuah adat yang ada bisa lebih dipahami lagi oleh masyarakatnya dan jangan sampai sebuah adat menjadi penghalang seseorang untuk menikah.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Peneliti
1	berjudul "Konstruksi Makna Sosialita bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita Di Kota Bandung)".	Skripsi Citra Abadi (NIM. 41809152), 2013. UNIKOM	Penelitian ini berupa pendekatan Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	makna sosialita di artikan secara berbeda oleh setiap individu. Secara garis besar makna sosialita saat ini mengalami pergeseran, Hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman yang terbatas .Saran peneliti adalah dengan segala keterbatasan pengetahuan yang kita miliki, kita harus bisa lebih cermat, kritis dengan semua apa yang kita terima dari luar diri kita. memang menyukai, membutuhkan serta digunakan untuk keperluan sehari-hari.	Penelitian saudara citra abadi membahas tentang sosialita, disini citra abadi juga memasukkan pengalamannya dalam menjadi sosialita pula.
2.	"Konstruksi Makna Nebeng (Studi Fenomenologi mengenai Konstruksi Makna Nebeng Bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung).	Skripsi Shalli Tsania (NIM.41810145) , 2014 UNIKOM	Penelitian ini berupa pendekatan Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	Hasil dari penelitian adalah motif nebeng berorientasi pada because motives and in order to motives yakni karena nebeng adalah kegiatan yang natural, karena belum memiliki kendaraan, karena kekhawatiran pulang kerja pada malam hari, serta karena ingin bertambahnya teman, relasi, kolega. Pengalaman nebeng adalah menekan biaya transportasi, , kenyamanan ada partner	Penelitian saudari sally tsania membahas tentang komunitas

				ngobrol saat perjalanan, bertemu dengan orang baru dan bertambah relasi, teman serta wawasan baru. Kostruksi nebeng yakni bukan persoalan ekonomi yang tidak berbayar saja melainkan muncul kembali budaya kolaborasi. Kesimpulan penelitian ini adalah anggota nebengers memiliki beragam motif untuk melakukan tebeng menebeng, penagalaman nebeng para anggota menjadi faktor penting menganai permasalahan keamanan, Konstruksi ma kna nebeng yang terangkat menjadi lebih meluas dan berdampak baik ke berabagi banyak hal. Saran peneliti adalah meningkatkan sosialisasi seputar nebengers, meningkatkan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat, kerjasama dengan pihak pemerintah atau instansi lainnya untuk mencipakan dan meyakinkan situasi yang aman dan nyaman.	nebengers, disini saudari tsally juga memasukkan pengalamannya dalam menjadi mengikuti kegiatan keseharian komunitas nebengers tersebut.

3.	Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung.	Gita Rahmi Amanda (NIM.41810171) 2014 UNIKOM	Penelitian ini berupa pendekatan Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Konstruksi Makna Uang Jemputan Dalam Adat Pernikahan di Pariaman Bagi Mahasiswi Asal Pariaman di Kota Bandung. konstruksi makna uang jemputan dalam adat pernikahan di pariaman bagi mahasiswi asal pariaman di kota bandung adalah bentuk saling menghargai dari kedua belah pihak keluarga yang akan menjadi satu. Saran yang dapat peneliti berikan sebagai seorang mahasiswi ialah, hendaknya sebuah adat yang ada bisa lebih dipahami lagi oleh masyarakatnya dan jangan sampai sebuah adat menjadi penghalang seseorang untuk menikah.	Penelitian saudari Gita membahas tentanguang jemputan dalam adat pernikahan di Pariaman bagi mahasiswi asal Kota Pariaman di Kota Bandung, disini saudari Gita juga memasukkan pengalamannya dalam mengamati dan meneliti kasus tersebut.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi adalah suatu hal yang sangat penting bagi manusia, apabila manusia tidak berkomunikasi maka sulit bagi manusia untuk hidup.Sejatinya manusia adalah makhluksosial, maka dari itu adanya komunikasi membuat manusia menjadi bersosialisasi.Dimana manusia itu mempunyai naluri saling membutuhkan dan berkomunikasi antar sesamanya.

Tak hanya bersosialisasi dengan orang lain, manusia juga dapat berkomunikasi denga diri sendiri, tuhan dan makhluk hidup lainnya.

Sedangkan ilmu komunikasi sendiri ialah ilmu terapan. Dimana ilmu komunikasi sendiri masuk dalam ilmu sosial, dan ilmu sosial itu sendiri tidak bersifat pasti, di karenakan masih banyak hal – hal lain dalam ilmu sosial yang bias berkembang sehingga ilmu komunikasi yang termasuk dalam ilmu sosial tidak bersifat absolut.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi sudah banyak di jelaskan oleh ahli-ahli dan ilmuan ilmuan di dunia. pengertian komunikasi dari Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin Communis, yang berarti "pemberitahuan". Perkataan communicatio tersebut bersumber pada kata communis yang berarti "sama", yang dimaksudkan dengan "sama" disini adalah "sama arti" atau "sama makna". Suatu pemberitahuan akan membuat seseorang menjadi tahu jika terdapat kesamaan arti antara dia dengan orang yang memberi tahu, dengan lain perkataan, dia mengerti. Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris communication berasal dari bahasa latin communicattio dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2010: 9)

Banyak definisi komunikasi yang diungkapkan oleh para ahli pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchaya Effendy dalam bukunya ilmu komunikasi teori dan praktek, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas- asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy 2010: 10) Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2008:10).

Everett M. Rogers, seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika, membuat definisi, "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba kepada saling pengertian" (Rogers dan Kincaid dalam Dewi, 2009:3). Menurut Willbur Schramn, seorang ahli komunikasi kenamaan dalam karyanya communication research in the united states menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan *(frame of reference)* yakni panduan pengalaman dan pengertian *(collection of experience and meanings)* yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dari uraian di atas beberapa pendapat tersebut, memaparkan bahwa komunikasi pada

dasarnya dapat dipandang dari berbagai dimensi. Jika pandang sebagai proses, komunikasi merupakan kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara dinamis.

2.1.2.2 Komponen – Komponen Komunikasi

Dalam prosesnya Menurut Mitchall. N. Charmley ada 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yang dikutip dari buku Astrid P. Susanto yang berjudul komunikasi dalam praktek dan teori, yaitu sebagai berikut :

a. Sumber *(Source)*
b. Komunikator *(Encoder)*
c. Pertanyaan/Pesan *(Message)*
d. Komunikan *(Decoder)*
e. Tujuan *(Destination).*

(Susanto, 1988 : 31).

Roger dalam Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana 2010 : 69)

Harold Lasswell menjelaskan bahwa (cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) who says what in which channel to whom with what effect? Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2010:69)

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen- komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan antara lain adalah:

1. Komunikator *(communicator, source, sender)*
2. Pesan*(message)*
3. Media*(channel)*
4. Komunikan*(communican,receiver)*
5. Efek *(effect)*

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna atau pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

A. Komunikator dan Komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Komunikator sering juga disebut sebagai sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender, atau encoder. Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa:

> "Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga" (Cangara, 2004:23).

Begitu pula dengan komunikator atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver.25 Cangara menjelaskan, “Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau Negara”.

Selain itu, “dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Cangara pun menekankan: “Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi” (Cangara, 2004:25).

B. Pesan

Pesan yang dalam bahasa Inggris disebut message, content, atau information, salah unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri. Cangara menjelaskan bahwa: “Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda” (Cangara, 2004:23).

C. Media

Media dalam proses komunikasi yaitu, "Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima" (Cangara, 2004:23).

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang 26 berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu panca indera.Selain itu, "Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi" (Cangara, 2004:24).

Lebih jelas lagi Cangara menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu: "Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surata kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio casette, dan semacamny" (Cangara, 2004:24).

D. Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti dikemukakan oleh De Fleur yang mana selanjutnya dikutip oleh Cangara, masih dalam bukunya ‖Pengantar Ilmu Komunikasi‖, pengaruh atau efek adalah: "Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang" (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Oleh sebab itu, Cangara mengatakan, bahwa: "Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan" (Cangara, 2004:25).

2.1.2.3 Tujuan komunikasi

Setiap manusia pasti mempunyai tujuan dalam melakukan hal apapun dalam diriya, tidak terkecuali komunikas yang juga mempunyai tujuan, setiap orang yang melakukan komunikasi pasti mempunyai tujuan pula guna untuk merubah opini , gagasan atau apapun itu.

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

a. perubahan sikap *(attitude change)*
b. perubahan pendapat *(opinion change)*
c. perubaha perilaku *(behavior change)*
d. perubahan sosial *(social change)*

(Effendy, 2006:8)

Sedangkan Joseph Devito dalam bukunya Komunikasi Antar Manusia menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Menemukan.

   Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.

b. Untuk Berhubungan.

   Salah satu motivasi dalam diri manusia yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

c. Untuk Meyakinkan.

   Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

d. Untuk Bermain.

   Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak (Devito, 1997:31).

2.1.2.4 Lingkup Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (scope)-nya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Berikut ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

A. Bidang Komunikasi

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

1) komunikasi sosial (sosial communication)
2) komunikasi organisasi atau manajemen (organizational or management communication)
3) komunikasi bisnis (business communication)
4) komunikasi politik (political communication)
5) komunikasi internasional (international communication)
6) komunikasi antar budaya (intercultural communication)
7) komunikasi pembangunan (development communication)

8) komunikasi tradisional (traditional communication)

(Mulyana, 2000: 236)

B. Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1. komunikasi verbal (verbal communicaton)
    a. komunikasi lisan
    b. komunikasi tulisan
2. komunikasi nirverbal (nonverbal communication)
    a. kial (gestural)
    b. gambar (pictorial)
3. tatap muka (face to face)
4. bermedia (mediated) (Mulyana, 2000: 237)

C. Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar.

Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka menurut Onong Uchjana Efendy komunikasi di klasifikasikan sebagai bentruk bentuk berikut :

1. Komunikasi Pribadi (Personal Communication)
2. komunikasi intrapribadi (intrapersonal communication)
3. komunikasi antarpribadi (interpersonal communication)
4. Komunikasi Kelompok (Group Communication)

5. komunikasi kelompok kecil (small group communication)
6. komunikasi kelompok besar (big group communication)
7. Komunikasi Massa (Mass Communication).
8. komunikasi media massa cetak (printed mass media)
9. komunikasi media massa elektronik (electronic mass media) (Effendy, 2003)

D. Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy komunikasi dalam kehidupan memiliki feungsi-fungsi tertentu. Adapun fungsi komunikasi tersebut antara lain:

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

E. Teknik Komunikasi

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

a. Komunikasi informastif *(informativecommunication)*
b. Persuasif *(persuasive)*
c. Pervasif *(pervasive)*
d. Koersif *(coercive)*
e. Instruktif *(instructive)*

f. Hubungan manusiawi *(human relations)*(Effendy, 2003:55)

F. Metode Komunikasi

Istilah metode dalam bahasa Inggris "Method"berasal dari bahasa Yunani "methodos" yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis.Atas dasar pengertian diatas, metode komunikasi meliputi kegiatan kegiatan yang teroganisaasi menurut Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:

1. Jurnalisme
    a. Jurnalisme cetak
    b. Jurnalisme elektronik
2. Hubungan Masyarakat
    a. Periklanan
    b. Propaganda
    c. Perang urat syaraf
    d. Perpustakaan (Effendy, 2003: 56)

2.1.3 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.3.1 Definisi Konstruksi Makna

a. Makna

1. Makna Dari Makna

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti,maksud pembicara atau penulis. Menurut A.M. Moefad,

“Pengertian mendefinisikan sebagai; ―kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik.”.

Dalam hal ini dapat dibedakan antara makna denotatif dan makna konotatif.Makna denotatif adalah suatu kata yang mengarah pada sesuatu yang dimaksud oleh kata itu. Dengan kata lain, denotatif mengandung makna yang sebenarnya. Sedangkan makna konotatif adalah makna implisit atau kiasan.

Menurut Ogden dan Richard dalam Lawrence Kincaid menjelaskan bahwa Penguraian proses komunikasi, untuk sebagian mengandung unsur psikologi. Sementara ini psikologi sudah mencapai tahap tertentu, dimana tugas tersebut dimungkinkan pelaksanaannya dengan baik .Kini tidak ada lagi alasan untuk dapat berbicara secara samar-samar mengenai makna, begitu pula untuk tidak mengetahui cara-cara dengan mana kata-kata memperdayai kita.

Makna tidak hanya terbatas pada batas-batas konsep yang dapat diterapkan dalam suatu situasi. Makna yang diperoleh dari (atau dimiliki untuk) konsep suatu hal, sebenarnya lebih mendalam, lebih besar dari konsepnya sendiri.

Sedangkan menurut Brodbeck dalam Aubrey Fisher mengemukakan sebenarnya ada tiga pengertian tentang konsep makna yang berbeda-beda. Salah satu jenis makna menurut

tipologi Brodbeck, adalah makna referensial, yakni makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah itu. Makna yang kedua adalah arti istilah itu. istilah dapat saja memiliki referensi dalam pengertian yang pertama, yakni mempunyai referen, tetapi karena tidak dihubungkan berbagai konsep yang lain, ia tidak mempunyai arti.

Tipe makna yang ketiga mencakup makna yang dimaksudkan (intentional) dalam arti bahwa arti suatu istilah atau lambang tergantung pada apa yang dimaksudkan pemakai dengan arti lambang itu.

1. Makna Dalam Komunikasi

   Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial.Makna sebagai konsep komunikasi, mencakup lebih dari sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja.Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek- aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator.

2. Makna menurut Perspektif Interaksionisme

   Mead menempatkan makna interaksional dalam apa yang ia namakan suatu percakapan isyarat (conversation of gestures dimana suatu isyarat (gesture) berarti tindakan

yang bermakna secara potensial. Makna secara interaksional dimiliki bersama dengan proses empati melalui pengambilan peran yang aktif. Individu memainkan peranan yang lebih aktif, mencari makna menurut pandangan orang lain dan berbagi makna itu denganorang lain.

3. Ruang Lingkup Makna

   Upaya memahami makna sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia.Konsep makna telah menarik berbagai macam disiplin ilmu, termasuk ilmu komunikasi.Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata maknaketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1994:6), misalnya, menyatakan "Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih.".Demikian pula dengan yang diungkapkan oleh Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3), "Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."Brown dalam Sobur (2003 : 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa.

Para ahli mengakui istilah makna (meaning) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan.

Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Setiap kata memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2003:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata- kata melainkan pada manusia. Kita mengggunakan kata – kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan.Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akansangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk mereproduksi, di benak pendengar, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.

b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional makna.
c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
d. Penyingkatan yang berlebihanakan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.
e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata kata, suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.
f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya

sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

Setiap kata pada dasarnya bersifat konvensional dan tidak membawa maknanya sendiri secara langsung bagi pembaca atau pun pendengarnya.Lebih jauh lagi, orang yang berbicara membentuk pola-pola makna secara tidak sadar dalam kata-kata yang dikeluarkannya.Pola-pola makna ini secara luas memberikan gambaran tentang konteks hidup dan sejarah orang tersebut. Sebuah kata bisa memiliki makna yang berbeda,tergantung pada pembicaranya. Bahkan meskipun benar juga bahwa makna dapat diturunkan dari konteks yang terdapat dalam sebuah kalimat, namun konteks juga bermacam – macam menurut zamannya.Istilah-istilah mempunyai makna ganda. Dasarnya adalah, tradisi dan kebudayaan setempat (Sumaryono, 1993:99)

b. Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya kontruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep kontruksi makna bisa berubah. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah

> ada.Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, iaselalu berada dalam posisi negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru.Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu. (Juliastuti, 2000,)

2.1.4 Tinjauan Tentang Fenomenologi

Menurut Engkus bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani phainomai yang berarti "menampak".Phanomenon merujuk pada ‖ yang menampak. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasatmata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi mereflesikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. (Engkus, 2009 : 1)

Menurut *The Oxford English Dictionary*, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah:

> *"(a)the science of phenomena as distinct from being (ontology), dan (b) division of any science which describes and classifies its phenomena*. Jadi fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dengan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, dan bagaimana penampakannya". (Engkus, 2009 : 1)

Fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20, abad ke-18 menjadi awal digunakanya istilah fenomenologi sebagai nama

teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (poenampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff.Sesudah itu, filosof Immanuel Kant mulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti hal Johann Gottlieb Fichte dan G.W.F.Hegel. pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deksriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai kesengajaan". (Engkus, 2009 : 3)

Adanya perbedaan pandangan dari para filosof membuat Immanuel Kant berpendapat bahwa pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita 49 (fenomena). Fenomena itu sendiri di definisikannya sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak darinya).Dalam teori positivistic Auguste Comte, fenomena adalah fakta atau keadaan yang harus diterima, dan dapat dijelaskan oleh ilmu pengetahuan. (Engkus, 2009 : 4)

Berikut ini adalah sifat-sifat dasar dari penelitian kualitatif yang diuraikan secara relevan untuk menggambarkan posisi metodelogis fenomenologi dan membedakannya dari penelitian kuantitatif :

a. Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia.
b. Fokus penelitian adalah pada keseluruhannya, bukan pada per bagian yang membentuk keseluruhan itu.

c. Tujuan penelitian adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas.
d. Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama, melalui wawancara formal dan informal.
e. Pertanyaan yang dibuat mereflesikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti.
f. Melihat pengalaman dan perilaku sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun bagian dan keseluruhannya. (Engkus, 2009 :36)

Dari sifat – sifat penelitian kualitatif diatas, akan sejalan dengan ciri – ciri penelitian fenomenologi sebagai berikut :

a. Fokus pada sesuatu yang tampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.
b. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.
c. Fenomeonologi mencari makna dan hakikat dari penampakkan, dengan intuisi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian dan pemahaman yang hakiki.

d. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskripsi fenomenologi akanj sangat dekat dengan kealamiahan (tekstur, kualita dan sifat-sifat penunjang) dari sesuatu. Sehingga deksripsi akan mempertahankan fenomena itu seperti apa adanya, dan menonjolkan sifat alamiah dan makna dibaliknya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena ||hidup|| alam term yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain sama ||hidup||-nya antara tampak dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indera.
e. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian peneliti fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati. Analoginya penelti itu mrnjadi salah satu bagian puzzle dari sebuah kisah biografi.
f. Integrasi dari subjek dan objek. Persepsi peneliti akansebanding/sama dengan apa yang dilihatnya/didengarnya. Pengalaman akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.
g. Investigasi yang dilakukan dalam kerangka intersubjektif, realitas adalah salah satu dari proses secara keseluruhan.
h. Data yang diperoleh (melalui berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.

i. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula. (Engkus, 2009 : 38)

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir, yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakannya.

Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena seperti yang tampak apa adanya, namun sangat meyakini bahwa fenomena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna transcendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis.Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

1. **Fenomenologi *Alfred Schutz***

   Pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenonologi dipengaruhi oleh dua tokoh yaitu Edmun Husserl dan Max Weber dengan tindakan sosial, pemikiran dua tokoh ini sangat kental dalam teori Alfred Schutz tentang pengetahuan dan pengalaman intersubjektif dalam kehidupan sehari-hari yang melacak karakteristik kesadaran manusia yang sangat fundamental, dengan memperlihatkan korelasi antara fenomenologi Transendental (Edmund Husserl) dan verstehende soziologia (Max Weber). Karena Schutz memandang bahwa keseharian sosial sebagai sesuatu yang intersubjektif.Selanjutnya Schutz mengkhususkan perhatiannya kepada bentuk subjektivitas yang disebut intersubjektivitas.Konsep ini menunjukkan kepada dimensi kesadaran umum dan kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi. Intersubjektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi. Konsep intersubjektivitas ini mengacu kepada suatu kenyataan bahwa kelompok–kelompok sosial saling mengintepretasikan tindakannya masing–masing dan pengalaman mereka juga diperoleh melalui cara yang sama seperti yang dialami dalam interaksi secara individual.

Faktor saling memahami satu sama lain baik antar individu maupun antar kelompok ini diperlukan untuk terciptanya kerja sama di hampir semua organisasi sosial.

Dalam teori fenomenologi Alfred Schutz ada dua yang hal yang perlu diperhatikan yaitu Aspek Pengetahuan dan Tindakan.

Esensi dari pengetahuan dalam kehidupan sosial menurut Alfred Schutz adalah Akal untuk menjadi sebuah alat kontrol dari kesadaran manusia dalam kehidupan kesehariannya.Karena akal merupakan sesuatu sensorik yang murni dengan melibatkan imajinasi dan konsep-konsep .penglihatan, pendengaran, perabaan dan sejenisnya yang selalu dijembatani dan disertai dengan pemikiran dan aktivitas kesadaran.

Unsur-unsur pengetahuan yang terkandung dalam fenomenologi Alfred Schutz adalah dunia keseharian, sosialitas dan makna.Dunia keseharian adalah merupakan hal yang paling fondasional dalam kehidupan manusia karena harilah yang mengukir setiap kehidupan manusia.Konsep tentang sebuah tatanan adalah merupakan sebuah orde yang paling pertama dan orde ini sangat berperan penting dalam membentuk orde-orde selanjutnya.sehari-hari menampilkan diri sebagi kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka sebagai satu dunia yang koheren (Berger&Luckamn, 1990: 28).

Sosialitas mengacu pada teori Max Weber mengenai tindakan sosial (social action, soziales handeln). Tindakan sosial yang terjadi setiap hari adalah proses dimana terbentuk berbagai makna (Cambell, 1990 : 89). Ada dua fase pembentukan tindakan sosial. Pertama kali tindakan yang diorientasikan pada benda fisik sehingga belum menjadi tindakan sosial(because Motive), Because motive (motif sebab) merujuk pada masa yang lalu *(past World)* dengan kata lain rentetan pengalaman dimasa lalu akan menjadi sebuah motivasi untuk tindakan-tindakannya, motif sebab setelah tindakan itu mengorientasikan pada orang dan mendapatkan makna subjektif pada saat itulah terbentuk tindakan social *(in order to motive)*. In order to motif (tujuan yang ingin dicapai) merujuk pada sebuah keadaan pada masa yang akan datang di mana aktor berkeinginan untuk mencapai tindakannya melalui beberapa tindakannya.

Makna dan pembentukan makna merupakan sumbangan Schutz yang penting dan orisinal kepada gagasan fenomenologi tentang makna dan bagaimana makna membentuk struktur sosial.Kalau orde dasar bagi masyarakat adalah dunia sehari-hari maka makna dasar bagi pengertian manusia adalah common sense, yang terbentuk dalam bahasa percakapan sehari-hari.Common sense didefinisikan sebagai pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa yang sadar.Pengetahuan ini sebagian besar tidak berasal dari

penemuan sendiri, tetapi diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya.

A. NILAI

Istilah nilai dalam filsafat dipakai untuk menunjuk kata benda abstrak yang artinya keberhargaan (worth) atau kebaikan (goodness), dan kata kerja yang artinya suatu tindakan kejiwaan tertentu dalam menilai atau melakukan penilaian.

Dictionary of sosciology and Related sciences mengemukakan, definisi nilai adalah kemampuan yang dipercayai yang ada pada suatu benda untuk memuaskan manusia, sifat dari suatu benda yang menyebabkan menarik minat seseorang atau kelompok. Pada dasarnya nilai merupakan sifat atau kualitas yang melekat pada sesuatu obyek, bukan obyek itu sendiri.Sesuatu yang mengandung nilai berarti ada sifat atau kualitas yang melekat pada sesuatu tersebut.Dengan demikian, nilai itu sebenarnya adalah suatu kenyataan yang tersembunyi di balik kenyataan-kenyataan lainnya. Adanya nilai karena adanya kenyataan kenyataan lain sebagai pembawa nilai (wastranger).

Senada dengan pendapat diatas, Milton Receach dan James Bank mengemukakan bahwa definisi nilai adalah suatu tipe kepercayaan yang berada dalam ruang lingkup sistem kepercayaan, dimana seseorang harus bertindak atau

menghindari suatu tindakan mengenai sesuatu yang pantas atau sesuatu yang tidak pantas dikerjakan, dimiliki dan dipercayai. Pandangan ini juga berarti nilai merupakan sifat yang melekat pada sesuatu yang telah berhubungan dengan subyek (manusia pemberi nilai).Sementara itu, definisi nilai menurut Frankel adalah standar tingkah laku, keindahan, keadilan, kebenaran, dan efisiensi yang mengikat manusia dan sepatutnya dijalankan serta dipertahankan. Pengertian ini menunjukkan bahwa hubungan antar subyek dengan obyek memiliki arti yang penting dalam kehidupan subyek (Berger & Luckman, 1990: 28)

Yvon Ambriose mengaitkan nilai dengan kebudayaan dan menganggap nilai merupakan inti dari kebudayaan tersebut.Nilai merupakan realitas abstrak, dirasakan dalam pribadi masing-massing sebagai prinsip dan pedoman dalam hidup.Nilai merupakan suatu daya dorong dalam kehidupan seseorang baik pribadi maupun kelompok. Oleh karena itu nilai berperan penting dalam proses perubahan sosial. Sedangkan Sidi Gazalba mengartikan nilai dengan sesuatu yang bersifat abstrak dan ideal.Nilai bukan benda kongkrit, bukan fakta, tidak hanya soal penghayatan yang dikehendaki dan tidak dikehendaki, disenangi dan tidak disenangi.Nilai itu terletak antara hubungan subyek penilai dengan obyek.

Dalam Kamus Sosiologi yang disusun oleh Soerjono Soekanto disebutkan bahwa nilai (value) adalah konsepsi-konsepsi abstrak di dalam diri manusia, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk. Nilai adalah gagasan mengenai apakah suatu pengalaman itu berarti apa tidak berarti.

Dalam rumusan lain, nilai merupakan anggapan terhadap sesuatu hal, apakah sesuatu itu pantas atau tidak pantas, penting atau tidak penting, mulia ataukah hina. Sesuatu itu dapat berupa benda, orang, tindakan, pengalaman, dan seterusnya. Beberapa pandangan tentang nilai:

a) Pandangan ini menganggap bahwa nilai suatu objek itu melekat pada objeknya dan tidak tergantung pada subjek yang menilai.maksudnya,setiap objek itu memiliki nilai sendiri,meskipun tidak diberi nilai oleh seseorang/subjek.
b) Nilain Bersifat Subjektif.

   Pandangan ini beranggapan bahwa nilai dari sesuatu itu tergantung pada orang/subjek yang menilainya.suatu objek yang sama dapat mempunyai nilai yang berbeda bahkan bertentangan bagi orang yang satu dengan orang lain.suatu objek yang sama dapat dinilai baik atau buruk,benar atau salah,serta berguna atau tidak berguna tergantung pada subjek yang menilainya.

Nilai dibagi menjadi empat antara lain:

1. Nilai Etika merupakan nilai untuk manusia sebagai pribadi yang utuh,misalnya kejujuran.nilai tersebut saling berhubungan dengan akhlak,nilai ini juga berkaitan dengan benar atau salah yang dianut oleh golongan atau masyarakat.nilai etik atau etis sering disebut sebagai nilai moral,akhlak,atau budi pekerti.selain kejujuran, perilaku suka menolong, adil ,pengasih, penyayang, ramah dan sopan termasuk juga ke dalam nilai ini.sanksinya berupa teguran, caci maki, pengucilan, atau pengusiran dari masyarakat.
2. Nilai Estetika atau nilai keindahan sering dikaitkan dengan benda,orang,dan peristiwa yang dapat menyenangkan hati(perasaan). Nilai estetika juga dikaitkan dengan karya seni. Meskipun sebenarnya semua ciptaan tuhan juga memiliki keindahan alami yang tak tertandingi.
3. Nilai Agama berhubungan antara manusia dengan tuhan,kaitannya dengan pelaksanaan perintah dan larangannya.Nilai agama diwujudkan dalam bentuk amal perbuatan yang bermanfaat baik didunia maupun di akhirat,seperti rajin beribadah,berbakti kepada orangtua,menjaga kebersihan,tidak berjudi dan tidak

meminum-minuman keras,dan sebagainnya. Bila seseorang melanggar norma/kaidah agama,ia akan mendapatkan sanksi dari Tuhan sesuai dengan keyakinan agamanya masing-masing. Oleh karena itu,tujuan norma agama adalah menciptakan insan-insan yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa,dalam pengertian mampu melaksanakan apa yang menjadi perintah dan meninggalkan apa yang dilarangannya. Adapun kegunaan norma agama,yaitu untuk mengendalikan sikap dan perilaku setiapmanusia dalam kehidupannya agar selamat di dunia dan di akhirat.

4. Nilai sosial berkaitan dengan perhatian dan perlakuan kita

   terhadap sesama manusia di lingkungan kita. Nilai ini tercipta karena manusia sebagai mahkluk sosial. Manusia harus menjaga hubungan diantara sesamannya, hubungan ini akan menciptakan sebuah keharmonisan dan sikap saling membantu. Kepedulian terhadap persoalan lingkungan, seperti kegiatan gotong-royong dan menjaga keserasian hidup bertetangga, merupakan contoh nilai sosial.

Jenis nilai yang akan di jadikan sebagai salah satu pembahasan dalam penelitian ini adalah nilai yang termasuk kedalam nilai inmaterial yaitu nilai sosial. Menurut Hendropuspito, nilai sosial adalah segala sesuatu yang dihargai masyarakat karena mempunyai daya guna fungsional bagi perkembangan kehidupan manusia. “Robert MZ Lawang mengatakan bahwa nilai sosial adalah gambaran mengenai apa yang diinginkan, yang pantas, berharga, dan dapat memengaruhi perilaku sosial dari orang yang bernilai tersebut.”.Jadi nilai sosial adalah sikap dan perasaan yang diterima oleh masyarakat sebagai dasar untuk merumuskan apa yang benar dan penting di masyarakat. Selain itu nilai sosial dirumuskan sebagai petunjuk dan tafsiran secara sosial terhadap suatu obyek .Nilai sosial sifatnya abstrak dan ukuran masing-masing nilai ditempatkan dalam struktur berdasarkan peringkat yang ada masyarakat.Bila sikap dan perasaan tentang nilai sosial itu diikat bersama seluruh anggota masyarakat sebagai sebuah system, maka disebut system nilai sosial. Namun kenyataannya orang dapat saja mengembangkan perasaan sendiri yang mungkin saja berbeda dengan perasaan sebagaian besar warga masyarakat.

Ciri – ciri sosial :

a) Nilai sosial merupakan konstruksi abstrak dalam pikiran orang yang tercipta melalui interaksi sosial,
b) Nilai sosial bukan bawaan lahir, melainkan dipelajari melalui proses sosialisasi, dijadikan milik diri melalui internalisasi dan akan mempengaruhi tindakan-tindakan penganutnya dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tanpa disadari lagi (enkulturasi),
c) Nilai sosial memberikan kepuasan kepada penganutnya,
d) Nilai sosial bersifat relative,
e) Nilai sosial berkaitan satu dengan yang lain membentuk sistem nilai,
f) Setiap nilai memiliki efek yang berbeda terhadap perorangan atau kelompok,
g) Nilai sosial melibatkan unsur emosi dan kejiwaan, dan
h) Nilai sosial mempengaruhi perkembangan pribadi.

Antara masyarakat yang satu dengan yang lain dimungkinkan memiliki nilai yang sama atau pun berbeda. Cobalah ingat pepatah lama dalam Bahasa Indonesia: ―Lain ladang lain belalang, lain lubuk lain ikannya, atau pepatah dalam bahasa Jawa: ―desa mawa cara, negara mawa tata. Pepatah-pepatah ini menunjukkan kepada kita tentang adanya perbedaan nilai di antara masyarakat atau kelompok yang satu dengan yang

lainnya.Mengetahui sistem nilai yang dianut oleh sekelompok orang atau suatu masyarakat tidaklah mudah, karena nilai merupakan konsep asbtrak yang hidup di alam pikiran para warga masyarakat atau kelompok.

Jadi nilai sosial adalah sikap dan perasaan yang diterima oleh masyarakat sebagai dasar untuk merumuskan apa yang benar dan penting di masyarakat. Selain itu nilai social dirumuskan sebagai petunjuk dan tafsiran secara social terhadap suatu obyek . Nilai sosial sifatnya abstrak dan ukuran masing-masing nilai ditempatkan dalam struktur berdasarkan peringkat yang ada masyarakat. Bila sikap dan perasaan tentang nilai social itu diikat bersama seluruh anggota masyarakat sebagai sebuah system, maka disebut system nilai social. Namun kenyataannya orang dapat saja mengembangkan perasaan sendiri yang mungkin saja berbeda dengan perasaan sebagaian besar warga masyarakat.

B. MOTIF

Motif merupakan pengertian yang melingkupi penggerak.Alasan/ dorongan didalam manusialah yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu.Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif.Motif manusia bisa bekerja secara sadar dan tidak sadar. Untuk mengerti tingkah laku manusia dengan lebih sempurna, harus mengerti dahulu apa

dan bagaimana motif-motifnya daripada tingkah lakunya. Motif manusia merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya, berasal dari dalam dirinya, untuk lakukan sesuatu.Motif memberikan tujuan dan arah pada tingkah laku manusia.Jadi istilah motif erat kaitannya dengan gerak.Yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia, perbuatan, tingkah laku.Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan, pembangkit tenaga bagi teradinya suatu tingkah laku.

Adapun definisi motif menurut beberapa ahli yaitu :

- Menurut Sherif (1956) motif adalah suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan yang berasal dari fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial yang bersumber dari fungsi tersebut.
- Menurut Giddens (1991) motif adalah impuls/ dorongan yang memberi energi pada tindakan menusia sepanjang lintasan kognitif ke arah pemuasan kebutuhan. Motif tidak harus dipersepsikan secara sadar, karena lebih kepada ―keadaan perasaan.
- Menurut Nasutin, Motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.

- Menurut Guralnik (1979) dalam Webster‘s New World Dictionary,motif adalah suatu perangsang dari dalam, gerak hati, yang menyebabkan seseorang melakukan sesuatu
- Menurut R.S. Woodworth, motif adalah suatu set yang bisa/ mudah menyebabkan individu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi, motif itu tujuan. Tujuan ini disebut insetif. Insetif adalah suatu tujuan yang jadi arah suatukegiatan yang bermotif. Contoh motif lapar, maka insetifnya makanan. Maka kesimpulannya motif adalah suatu alasan/ dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan/ bersikan tertentu.

Menyangkut motif, Schutz dalam buku karangan Engkus Kuswarno, membaginya menjadi dua, yaitu :

a) Motif untuk (in order to motives), artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan.
b) Motif karena (because motives), artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu.

Motif dari suku dayak sendiri ialah dimana suku dayak secara turun temurun melestarkina kebudayaan mereka salah

satunya ialah anting – anting telinga panjang suku dayak tersebut untuk menunjukkan suatu makna yang orang lain tidak ketahui.

C. PESAN ARTIFAKTUAL

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan – pesan nonverbal.Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis.Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan.Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari – hari. :

1. Klasifikasi pesan nonverbal.

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

   - Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.

     Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban,

dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:

a) Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk;
b) Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan;
c) Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi;
d) Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.

- Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
- Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan,
- Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

- Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik. Pesan artifaktual merupakan pengungkapan-pengungkapan melalui penampilan dalam menunjukkan identitas diri. Menurut **Kefgen** dan **Touchie - Specht** (1971:10-11) dalam buku Jalaluddin Rakhmat, menyatakan : "Pada umumnya pakaian kita yang dipergunakan untuk menyampaikan identitas kita, untuk mengungkapkan kepada orang lain siapa kita". (Rakhmat, 2008:292).
- Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
- Pesan sentuhan dan bau-bauan.
- Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan

orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

2. Fungsi pesan nonverbal.

   Mark L. Knapp (dalam Jalaludin, 1994), menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:

   a. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.
   b. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
   c. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda ‘memuji‘ prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata Hebat, kau memang hebat.
   d. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.

e. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

Sementara itu, Dale G. Leathers (1976) dalam Nonverbal Communication Systems, menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan. Yaitu:

a) Factor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatamuka, kitabanyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lainpun lebih banya ‘membaca‘ pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.
b) Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan noverbal ketimbang pesan verbal.
c) Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
d) Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memeperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan

verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.

e) Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abtraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.

f) Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

D. PENGALAMAN

Pengalaman kata dasaranya ―alami yang artinya melakoni, mengalami, menempuh, mengarungi, menghadapi, menyebrangi, mananggung, mendapat, menyelami, dan merasakan (Endarmoko.2006).

Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Berasal dari kata peng-*alam*-an. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi *tahu* dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan. Dalam dunia kerja istilah pengalaman juga digunakan untuk merujuk pada pengetahuan

dan ketrampilan tentang sesuatu yang diperoleh lewat keterlibatan atau berkaitan dengannya selama periode tertentu. Secara umum, pengalaman menunjuk kepada mengetahui bagaimana atau pengetahuan prosedural, daripada pengetahuan proposisional.

2.1.5 Tinjauan Tentang Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*Social Construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut kedua ahli tersebut, teori ini dimaksudkan sebagai satu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), dan bukan sebagai suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Oleh karena itu, teori ini tidak memfokuskan pada hal-hal semacam tinjauan tokoh, pengaruh dan sejenisnya, tetapi lebih menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Realitas sosial menurut Berger adalah eksis dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subyeknya. Berger memiliki kecenderungan untuk mencoba menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif 53 fungsionalis), namun maknanya berasal dari, dan, oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionis simbolik), (Paloma, 2000:299). Pandangan diatas sejalan dengan gagasan fenomenologi intersubyektif Schutz, karena mengisyaratkan adanya peran subyektif individu yang

strategis dalam mengkonstruksi realitas. Posisi strategis individu seperti ini dipertegas kembali oleh Berger dan Luckmann dengan mengatakan bahwa individu merupakan produk dan sekaligus sebagai pencipta pranata social. Masyarakat diciptakan dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. (Paloma, 2000:308) Realitas sosial itu "ada" dilihat dari subjektivitas "ada" itu sendiri dan dunia objektif di sekeliling realitas social itu. Individu tidak hanya dilihat sebagai "kedirian"nya, namun juga dilihat dari mana "kedirian" itu berada, bagaimana dia menerima dan mengaktualisasikan dirinya, serta bagaimana pula lingkungan menerimanya (Bungin, 2008:82).

2.2 Kerangka Pemikiran

Di dalam penelitian kualitatif ini, sangat di butuhkan suatu landasan yang mendasari penelitian agar lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran unutk dapat lebih mengembangkan konteks penelitian, serta metodologi dan pembangunan teori yang peneliti lakukan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan menngunakan teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L. Berger sebgai panduan peneliti untuk dapat mengenali dan meneliti secara mendalam dan untuk dapat lebih mengerti tentang apa itu konstruksi makna.

1. Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Konstruksi sosial (*social constrictions*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berger dan Luckman meyakini secara substantif bahwa realitasmerupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya, "*reality is socially constructed*".

Tentu saja, teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya.

Pemahaman mengenai konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dalam paradigma konstruktivis, yaitu konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksi oleh individu. Dalam hal ini, dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut.

Dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka dan aturan yang kita pelajari dari pengalaman pribadi dan pengetahuan yang tersedia bagi kita di dunia.

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna mengenai anting – anting sebagai penunjuk strata sosial pada wanita suu dayak kenyah. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang anting – anting suku dayak (subjektiv) dipahami sebagaitolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna santing - anting yang mereka pahami (objektif) .

Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan - internalisasi-eksternalisas-objektivasi

1. *Internalisasi* ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. "*Man is a social product*"
2. *Eksternalisasi* ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. "*Society is a human product*".
3. *Objektivasi* ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. *"Society is an objective reality"*

Melalui proses internalisasi atau sosialisasi inilah orang menjadi anggota masyarakat. dalam tradisi psikologi sosial, Berger dan Luckman (1966) sebagaimana dikutip oleh Margaret Poloma menguraikan : "Sosialisasi primer sebagai sosialisasi awal yang dialami individu di masa kecil, disaat mana dia diperkenalkan pada dunia sosial obyektif. Individu berhadapan dengan orang lain yang cukup berpengaruh (orang tua atau pengganti orang tua), dan bertanggung jawab terhadap sosialisasi anak. Batasan realitas yang berasal dari orang lain yang cukup berpengaruh itu dianggap oleh si anak sebagai realitas obyektif." (Margaret, 1979 : 304) Karena relitas yang ada tidak mungkin diserap dengan sempurna maka si anak akan menginternalisir penafsiran terhadap realitas tersebut. Setiaporang memiliki "versi" realitas yang dianggapnya sebagai cermin dari dunia obyektif. Dengan demikian Berger dan Luckmann menekankan eksistensi realitas sosial berganda. Berger dan Luckmann (1966) menyatakan : "Realitas obyektif dapat langsung diterjemahkan ke dalam realtias subyektif, dan begitu pula sebaliknya. Menurut mereka realitas subyektif dan obyektif memang bersesuaian satu sama lain, tetapi selalu ada realitas yang "lebih" obyektif yang dapat diinternalisisr oleh seorang individu saja." (Margaret, 1979 : 305)

Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas "subyektif" yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama – sama memahami realitas obyektif yang sama. Eksternalisasi, merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi

yang tidak sempurna dan secara bersama- sama membentuk realitas baru dan individu menyesuikan dirinya didalam konteks sosial. Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen – fenomen itu nyata (real) dan memiliki karakteristik – karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (*eksternalisasi*) dan *internalisasi* dan obyektivikasi manusia terhadap pengetahuan – dalam kehidupan sehari-hari- atau secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yangdimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*.

Terbentuknya realitas obyektif bisa melalui legitimasi. Legitimasi merupakan obyektivikasi makna, karena selain menyangkut penjelasan juga mencakup nilai – nilai. Legitimasi berfungsi untuk membuat obyektivikasi yang sudah melembaga menjadi masuk akal secar subyektif.

Menurut Peter Berger dan Luckmann (1979) di sisi sebaliknya, masyarakat – yaitu individu – individu sebagai realitas subyektif menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi. Individu berupaya memahami definisi ―realitas obyektif; namun lebih dari itu, individu turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat.

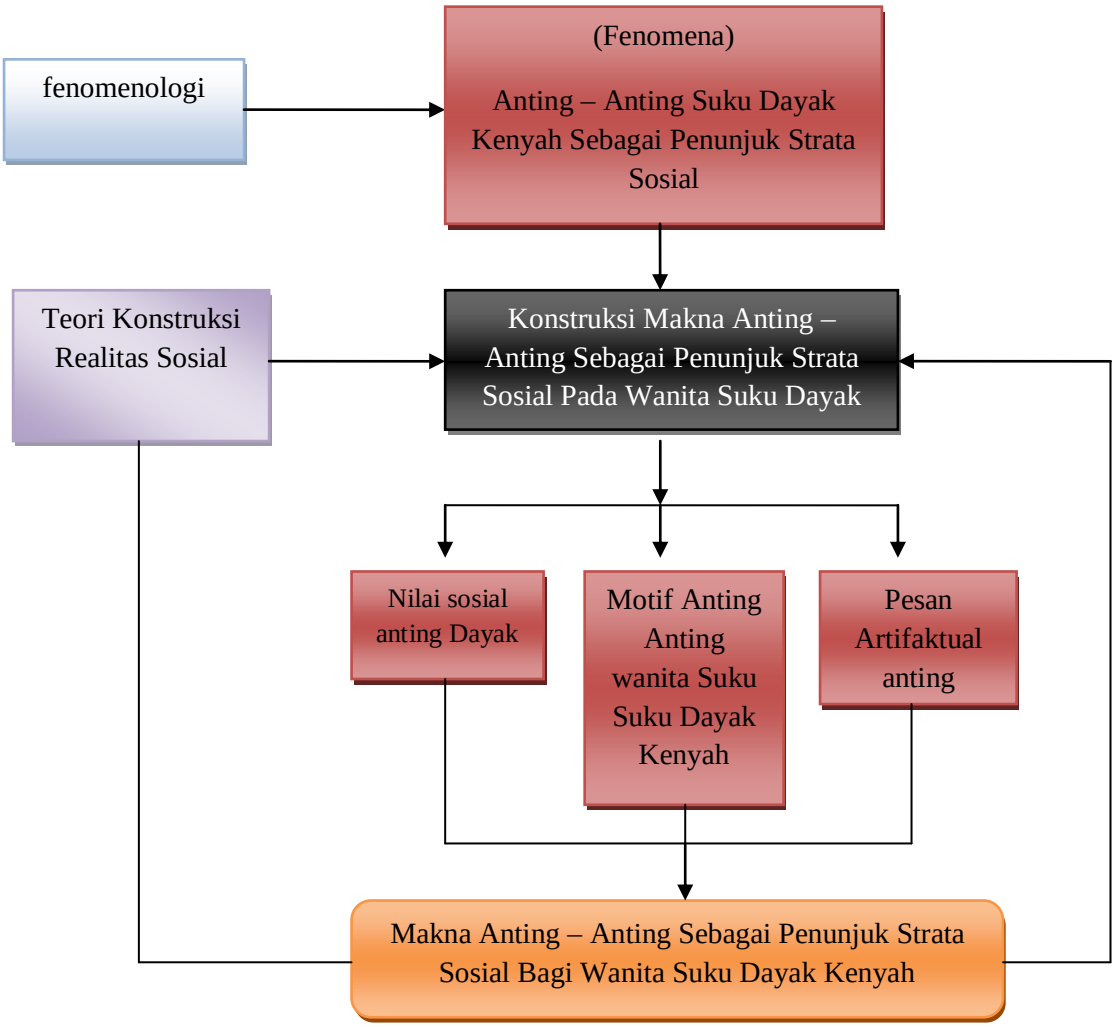
Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana

individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Dalam penelitian anting – anting Suku Dayak Kenyah ini penulis akan memaknai arti dari anting – anting Suku Dayak Kenyah sebagai penunjuk strata sosial dengan dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teori konstruksi realitas sosial sebagai panduan dalam mengungkapkan pemaknaan anting – anting sebagai penunjuk strata sosial pada wanita Suku Dayak Kenyah tersebut tentang makna, motif, dan pesan artifaktual yang di tampilkan dari anting – anting tersebut. Jika di aplikasikan, proses konstruksi makna tentang anting – anting suku dayak kenyah dapat digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran di bawah ini.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Konseptual



Sumber : Aplikasi Peneliti 2015