

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang diambil peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitian sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian analisis tekstual dengan pendekatan studi fenomenologi. Hal ini perlu dilakukan karena suatu teori atau model pengetahuan biasanya akan diilhami oleh teori dan model yang sebelumnya. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi, antara lain:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Pada Penelitian Skripsi Ini
1	Perilaku Komunikasi Kustom Kulture	Harist Fathoni, Program Studi Ilmu Komunikasi 2017	Kualitatif dengan Desain Penelitian Kualitatif	Perilaku komunikasi kustom di kota Bandung dibagi kedalam tiga bagian, yaitu penggunaan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dan motif, yang membentuk perilaku komunikasi. Perilaku	Penelitian Harist Fathoni menggunakan studi fenomenologi, tetapi objek dan

				komunikasi para pelaku kustom merupakan sebuah adaptasi dari kultur California Selatan.dapat dilihat bahwa bahasa yang ada pada subkultur ini mempunyai ciri khasnya sendiri.	pembahasannya berbeda
2	Konstruksi Makna Nebeng Bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung	Shalli Tsania, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2014	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	Anggota nebengers memiliki beragam motif untuk melakukan tebeng menebeng, penagalaman nebeng para anggota menjadi faktor penting mengenai permasalahan keamanan, Konstruksi makna nebeng yang terangkat menjadi lebih meluas dan berdampak baik ke berabagi banyak hal	Penelitian Shalli Tsania menggunkana analisis fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda
3	Konstruksi Makna Ngopi Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung	Abdul Hadi Khamilsyah, Program Studi Ilmu Komunikasi	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	para mahasiswi memandang ngopi sebagai suatu kebiasaan saat ini, para mahasiswi merasakan adanya pengaruh dari ngopi menjadi salah	Penelitian Abdul Hadi Khamilsyah menggunkana analisis

		Universitas Komputer Indonesia 2015		satu tempat untuk bersosialisasi.	fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda
--	--	--	--	--------------------------------------	---

(Sumber: Catatan Peneliti, 2020)

## 2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8)

Manusia sebagai makhluk sosial yang berdampingan dengan manusia lainnya yang tidak hidup tanpa adanya bantuan orang lain di sekelilingnya. Oleh karena itu manusia akan selalu membutuhkan orang lain di dalam kehidupannya sampai akhir hayatnya, dan untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya manusia harus selalu berinteraksi dengan yang lainnya dan dalam interaksinya itu akan terjadi saling mempengaruhi. Semakin lama manusia itu hidup dan tumbuh, maka semakin banyak ia akan berinteraksi dan semakin luas ruang lingkup interaksinya, baik itu interaksi dalam

kehidupan kelompok ataupun dengan masyarakat di lingkungannya. Untuk memperlancar jalannya interaksi tersebut, tidak luput dari alat yang digunakan untuk berinteraksi yaitu “komunikasi” karena tanpa komunikasi interaksi tidak akan bisa terjadi.

“Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris Communication menurut asal katanya berasal dari bahasa latin Communicate, dalam perkataan ini bersumber dari kata Communis yang berarti sama, sama di sini maksudnya adalah sama 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, 2007:9)

Carl I Hovland yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy Mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

*“The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates).”*(Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain. (Effendy, 2007:49)

Sedangkan menurut Gerald Amiler yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

*“In the main communication has as its central interest those behavioral situations in which source transmit in message to a receiver (s) with conscious inten to a fact the latte’s behavior”.*(Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan sesuatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2007:49)

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberi tahu tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain). Mengenai tujuan komunikasi R. Wayne Pace, Brent. D. Peterson dan M. Dallas Burnett mengatakan bahwa: “Tujuan sentral dari komunikasi meliputi tiga hal utama, yakni: *To Secure Understanding* (memastikan pemahaman), *To Establish Ecceptance* (membina penerimaan), *To Motified Action* (motivasi kegiatan).” (Effendy, 2007:63)

Jadi pertama-tama haruslah diperhatikan bahwa komunikan itu memahami pesan-pesan komunikasi, apabila komunikan memahami berarti ada kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan, karena tidak mungkin memahami sesuatu tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (Communis). Jika komunikan memahami dapat diartikan menerima, maka penerimanya itu perlu dibina selanjutnya komunikan dimotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Uraian tersebut jelas, bahwa pada hakikatnya komunikasi ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, baik secara langsung melalui lisan maupun tidak langsung melalui media proses komunikasi.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

### **2.2.2 Fungsi-Fungsi Komunikasi**

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi-fungsi dalam kehidupan manusia.

Maka menurut Harold D. Lasswell dalam bukunya Cangara, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka bekerja
3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

(Cangara, 2012:59)

Berbeda dengan Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, fungsi komunikasi terdiri sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*). (Effendy,2007:8)

Adapun dalam buku Ilmu Komunikasi oleh Widjaja, komunikasi dipandang dalam arti luas sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

1. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan

keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih.
5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan, penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olahraga, kesenangan kelompok, dan individu.
8. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain. (Widjaja, 2000: 65-66).

Dari fungsi-fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli di atas, maka komunikasi pun memiliki tujuan penting dalam kehidupan manusia.

### 2.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni:

1. Proses komunikasi secara primer, proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2007:11-16)

Proses yang dijalani memiliki suatu karakteristik dari komunikasi tersebut, seperti halnya karakteristik komunikasi dibawah ini.



#### 2.2.4 Bentuk Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. Menurut Hafied Cangara, ia membagi bentuk komunikasi menjadi 4 bentuk, yaitu:

**a. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)**

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.

**b. Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communication*)**

Ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

**c. Komunikasi Publik (*Public Communication*)**

Komunikasi public biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun sebutannya, yang dimaksud dengan komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

**d. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)**

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat-alat yang bersifat mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. (Cangara, 2012: 37)

## **2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Intrapersonal**

### **2.3.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal**

Sebagai makhluk rohani, kita memiliki kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri. Kita dapat membuat pemisahan antara diri kita sebagai subjek dan objek. Karena itu, kita dapat mengadakan komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi inilah yang disebut komunikasi intrapersonal. Komunikasi tidak hanya dilakukan dengan secara kasat mata (berbincang), akan tetapi pada saat kita terdiam tanpa kita sadari kita sedang melakukan komunikasi mungkin dengan sang pencipta maupun dengan hati nurani kita sendiri. Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan lingkungan sekitarnya untuk mencukupi kebutuhan hidup dan untuk mencapai suatu tujuannya.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu sosial terapan dan bukan termasuk ilmu sosial murni, karena ilmu sosial tidak bersifat absolute melainkan dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman serta kondisi yang sedang terjadi. Hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi erat kaitannya dengan tindakan dan perilaku manusia, sedangkan perilaku dan tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan maupun perkembangan zaman.

Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Joseph A Devito dalam Effendy sebagai:

“Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran gangguan, proses penyampaian atau proses encoding, penerima atau proses decoding, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat dinamakan kesemestaan komunikasi; unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-personal, antar-personal,

kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antar budaya” (Effendy, 2005: 5)

Komunikasi intrapribadi (*Intrapersonal Communication*) adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan sebagai komunikator maupun komunikan. Dia berbicara dengan dirinya sendiri, dia berdialog dengan dirinya sendiri. Dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri. Memang tidak salah kalau komunikasi intrapribadi disebut melamun, tetapi jika melamun bisa mengenai segala hal misalnya melamun menjadi orang kaya. Komunikasi intrapribadi berbicara dengan diri sendiri dalam rangka berkomunikasi dengan orang lain, dan orang lain ini bisa satu orang, sekelompok orang atau masyarakat keseluruhan. Jadi sebelum berkomunikasi dengan orang lain seseorang melakukan komunikasi intrapribadi terlebih dahulu.

Disaat kita sedang berbicara kepada diri kita sendiri, sedang melakukan perenungan, perencanaan, dan penilaian pada diri kita terjadi proses neuro fisiologis yang berbentuk landasan bagi tanggapan motivasi dan komunikasi kita dengan orang-orang atau faktor-faktor di lingkungan kita (Casmir, 1974: 37). Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Belajar mengenal diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir dan merasa, bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan bereaksi di lingkungan kita.

Sementara itu dalam buku *Trans-PerUnderstanding Human Communication*, 1975; disebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses di mana individu menciptakan pengertian. Di lain pihak Ronal L. Applbaum dalam buku *Fundamental Concept in Human Communication* mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi yang berlangsung dalam diri kita, ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri

sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita. (Uchayana 1993)

### **2.3.2 Ruang Lingkup Komunikasi Intrapersonal**

Dalam komunikasi intrapersonal menggambarkan bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi yang disebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir.

#### **1. Sensasi**

Sensasi berasal dari kata “sense” yang artinya alat pengindra, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut Dennis Coon, sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal. Simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera atau pancaindera. Kita mengelompokannya pada tiga macam indera penerima sesuai dengan sumber informasi.

Adapun definisi sensasi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indera, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat inderalah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya (Lefrancois, 1974:39). (Jalaludin,2003: 49)

#### **2. Persepsi**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli). Sensasi adalah bagian dari

persepsi. Persepsi juga sensasi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

Faktor lainnya yang mempengaruhi persepsi, yakni perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi:

“Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli inderawi (sensory stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Desiderato, 1976:129)”. (Jalaludin, 2003: 51)

#### 1) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal. Faktor situasional terkadang disebut juga sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*) dan sifat-sifat yang menonjol, seperti:

- a. Gerakan secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak
- b. Intensitas stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.
- c. Kebauran (*novelty*), hal-hal yang baru dan luar biasa, yang akan neda menarik perhatian
- d. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bisa disertai sedikit variasi akan menarik perhatian

#### 2) Faktor Internal Penarik Perhatian

Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin

kita lihat, dan mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan ini timbul dari faktor-faktor yang ada dalam diri kita. Contoh-contoh faktor yang mempengaruhi perhatian kita adalah:

- a. Faktor-faktor biologis
- b. Faktor-faktor sosiologis
- c. Motif sosiogenis, sikap, kemauan, dan kebiasaan mempengaruhi apa yang kita perhatikan

Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi, menjadi empat bagian:

1. Dalil persepsi yang pertama: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Berarti objek-objek yang mendapatkan tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.
2. Dalil persepsi yang kedua: Medan perceptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya. Walaupun stimuli yang kita terima itu tidak lengkap, kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.
3. Dalil persepsi yang ketiga: Sifat-sifat perceptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya dengan efek berupa asimilasi atau kontras.

4. Dalil persepsi yang keempat: objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai dari struktur yang sama. Dalil ini umumnya betul-betul bersifat struktural dalam mengelompokan objek-objek fisik, seperti titik, garis, atau balok.

Pada persepsi sosial, pengelompokan tidak murni struktural; sebab apa yang dianggap sama atau berdekatan oleh seorang individu, tidaklah dianggap sama atau berdekatan dengan individu yang lainnya. Dalam komunikasi, dalil kesamaan dan kedekatan ini sering dipakai oleh komunikator untuk meningkatkan kredibilitasnya, atau mengakrabkan diri dengan orang-orang yang punya prestise tinggi. Jadi, kedekatan dalam ruang dan waktu menyebabkan stimuli ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama. Kecenderungan untuk mengelompokan stimuli berdasarkan kesamaan dan kedekatan adalah hal yang universal.

### 3) Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam memengaruhi baik persepsi maupun berpikir. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organism sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya unruk membimbing perilakunya (Schlessinger dan Groves). Memori melewati tiga proses:

- a. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal.

- b. Penyimpanan (*storage*) adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana.
- c. Pemanggilan (*retrieval*), dalam bahasa sehari-hari mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan.

#### 4) Berpikir

Dalam berpikir kita melibatkan semua proses yang kita sebut sensasi, persepsi, dan memori. Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*).

Ada dua macam berpikir:

1. Berpikir autistik, dengan melamun, berfantasi, menghayal, dan *wishful thinking*. Dengan berpikir autistik peran melarikan diri dalam kenyataan dan melihat hidup sebagai gambar-gambar fantastis.
2. Berpikir realistik, disebut juga nalar (*reasoning*), ialah berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

Floyd L. Ruch, menyebutkan tiga macam berpikir realistik:

- a. Berpikir deduktif, artinya mengambil kesimpulan dari dua pernyataan, dalam logika disebutnya silogisme.



- b. Berpikir induktif, artinya dimulai dari hal-hal yang khusus kemudian mengambil kesimpulan umum; kita melakukan generalisasi.
- c. Berpikir evaluatif, artinya berpikir kritis, menilai baik buruknya, tepat atau tidaknya suatu gagasan, namun menilainya menurut kriteria tertentu.

Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil beraneka ragam. Tanda-tanda umumnya:

- 1. Keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual.
- 2. Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternative.
- 3. Keputusan selalu melibatkan dengan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Faktor-faktor personal amat menentukan apa yang diputuskan, antara lain:

- 1. Kognisi, kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki.
- 2. Motif, saat memengaruhi pengambilan keputusan.
- 3. Sikap, juga menjadi faktor penentu lainnya.

Para psikolog menyebutkan lima tahap dalam proses berpikir kreatif:

- 1. Orientasi: masalah dirumuskan, dan aspek-aspek masalah diidentifikasi.

2. Preparasi: pikiran berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin yang relevan dengan masalah.
3. Inkubasi: pikiran beristirahat sebentar, ketika berbagai pemecahan berhadapan dengan jalan buntu. Pada tahap ini, proses pemecahan masalah berlangsung terus dalam jiwa bawah sadar kita.
4. Iluminasi: masa inkubasi berakhir ketika pemikir memperoleh semacam ilham, serangkaian insight yang memecahkan masalah. Ini menimbulkan *Aha Erlebnis*.
5. Verifikasi: tahap terakhir untuk menguji dan secara kritis menilai pemecahan masalah yang diajukan pada tahap keempat.

Berpikir kreatif tumbuh subur bila ditunjang oleh factor personal dan situasional. Menurut Coleman dan Hammen, faktor yang secara umum menandai orang-orang kreatif adalah:

1. Kemampuan Kognitif: termasuk di sini kecerdasan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksible kognitif.
2. Kemampuan Kognitif: termasuk di sini kecerdasan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksible kognitif.
3. Sikap yang bebas, otonom, dan percaya pada diri sendiri: orang kreatif ingin menampilkan dirinya semampu dan semuanya, ia tidak terkait oleh konvensi-konvensi. Hal ini menyebabkan orang kreatif sering dianggap "nyentrik" atau gila.

4. Selain faktor lingkungan psikososial, beberapa peneliti menunjukkan adanya faktor situasional lainnya. Maltzman menyatakan adanya factor peneguhan dari lingkungan. Dutton menyebutkan tersedianya hal-hal istimewa bagi manusia kreatif, dan Silvano Arieti menekankan faktor isolasi dalam menumbuhkan kreativitas.

## **2.4 Tinjauan Tentang Psikologi Komunikasi**

### **2.4.1 Definisi Psikologi Komunikasi**

Dilihat dari sejarah perkembangannya, komunikasi memang dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Tiga di antaranya empat orang Bapak Ilmu Komunikasi yang disebut Wilbur Schramm (1980: 73-82) adalah sarjana-sarjana psikologi. *Kurt Lewin* adalah ahli psikologi dinamika kelompok. Ia memperoleh gelar doktornya dalam asuhan Koffka, Kohler, dan Wettheimer, tokoh-tokoh psikologi Gestalt. *Paul Lazarsfeld*, pendiri ilmu komunikasi lainnya, adalah psikolog yang banyak dipengaruhi Sigmund Freud, bapak psikoanalisis. *Carl I. Hovland*, yang defisini komunikasinya banyak dihafal mahasiswa komunikasi di Indonesia, adalah seorang yang dididik dalam psikologi, dan selama hidupnya memilih karir psikologi.

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

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

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

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

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

Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah "*internal meditation of stimuli*", sebagai akibat berlangsungnya komunikasi.

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

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

1. Komunikasi intrapersonal, yaitu proses komunikasi yang terjadi di dalam individu (*internal*).

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

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

Sehingga pada dasarnya komunikasi adalah suatu pembentukan, penyampaian, penerima dan mengolah pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau di antara dua atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.

#### **2.4.2 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi**

Telah banyak dibuat definisi komunikasi. Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai “*the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*” (1953:12). Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha “menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal”, ketika lambang-lambang verbal bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross (1974: b7) mendefinisikan komunikasi sebagai “*a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.*” (proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif begitu, sehingga

membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber).

Dari pengertian di atas menunjukkan rentangan makna komunikasi sebagaimana digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi.

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

Psikologi juga tertarik antra individu: bagaimana pesan dari seseorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang yang disampaikan. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia. Penelitian ini melahirkan ilmu blasteran antara psikologi dan linguistik, psikolinguistik. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personal dan situasional yang mempengaruhina dan menjelaskan berbagai corak konunikan ketika sendiri atau di dalam kelompok.

Komunikasi boleh ditunjukan untuk memberikan informasi, menghibur atau mempengaruhi. Yang ketiga, lazim disebut komunikasi persuasif, amat erat kaitanya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai

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

#### **2.4.3 Ciri-ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi**

Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Ini tampak jelas dari beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai “usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan”. Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai “proses interaksi di antara orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal”. Edwin Neuman juga (1948) mendefinisikan komunikasi sebagai “proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi”. Aliran sosiologi yang banyak mewarnai studi komunikasi ialah aliran *interaksi simbolik* (Blumer, 1969).

Filsafat sudah lama menaruh perhatian pada komunikasi, sejak kelompok Sophist yang menjual retorika pada orang-orang Yunani. Aristoteles sendiri menulis *De Arte Rhetorika*. Tetapi filsafat tidak melihat komunikasi sebagai alat untuk memperkokoh tujuan kelompok, seperti

pandangan sosiologi. Filsafat meneliti komunikasi secara kritis dan dialektis. Filsafat mempersoalkan apakah hakikat manusia komunikasi, dan bagaimana ia menggunakan komunikasi untuk berhubungan dengan realitas lain di alam semesta ini; apakah kemampuan berkomunikasi ditentukan oleh sifat-sifat jiwa manusia atau oleh pengalaman; bagaimana proses komunikasi berlangsung sejak kognisi, ke afeksi, sampai perilaku; apakah medium komunikasi merupakan faktor sentral dalam proses penilaian manusia; dan sebagainya. Bila sosiologi melihat posisi komunikasi sebagai integrator sosial, filsafat melihat posisi komunikasi dalam hubungan timbal balik antara manusia dan alam semesta. Kaum fenomenologi, misalnya, melihat pesan sebagai objek kesadaran yang dinamis. Pesan ditelaah dengan menghubungkannya pada kondisi-kondisi empiris yang menjadi konteks pesan tersebut (Lanigan, 1979).

Fisher menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi: penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantari stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*), dan peneguhan respons (*reinforcement of responses*). Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan dikenainya masukan kepada organ-organ pengindraan kita yang berupa data. Stimuli berbentuk orang, pesan, suara, warna - pokoknya segala hal yang mempengaruhi kita. Ucapan, "Hai, apa kabar". Merupakan suatu stimuli yang terdiri dari berbagai stimuli: pemandangan, suara, penciuman, dan sebagainya. Stimuli ini kemudian diolah dalam jiwa kita dalam "kotak hitam" yang tidak pernah kita ketahui. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada "kotak hitam" dari respon yang tampak. Kita mengetahui bahwa bila ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus



mengetahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsure sejarah respons ialah *peneguhan*. Peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respons organism yang asli). Bergera dan Lambert menyebutnya *feedback* (unpan balik). Fisher tetap menyebutnya peneguhan saja (Fisher, 1978: 136-142).

Komunikasi adalah peristiwa sosial peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada *psikologi sosial*. Memang, bila ditanyakan di mana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakkannya sebagai *bagian dari psikologi sosial*. Karena itu pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

## **2.5 Tinjauan Tentang Karakter**

### **2.5.1 Definisi Karakter**

Karakter merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang mempunyai kecenderungan kearah positif maupun negatif. Menurut pandangan Suharjana dalam (Darmiyati Zuchdi, 2011: 28) yang dimaksud karakter adalah sebuah cara berfikir, bersikap, dan bertindak yang menjadi ciri khas seseorang yang menjadi kebiasaan yang ditampilkan dalam kehidupan bermasyarakat. Sedang Suyata dalam (Darmiyati Zuchdi, 2011: 15) menyatakan bahwa karakter diartikan sebagai tersusun atas ciri-ciri yang akan memandu seseorang melakukan hal-hal yang benar atau tidak mengerjakan hal-hal yang tidak benar. Sedang orang yang memiliki karakter baik menurut Effendie Tanumiharja dalam (Darmiyati Zuchdi, 2011: 507) adalah orang yang mampu mengendalikan diri, memiliki antusiasme, fleksibel, rasa humor, memiliki integritas tinggi,

selalu merasa bersyukur, berhati tabah, bekerja keras, memiliki cinta kasih tanpa diskriminasi, rendah hati, bijaksana, dan adil.

Menurut Lukman, dkk (1995), karakter adalah sifat-sifat kejiwaan, tabiat, watak, ahlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Tabiat adalah kebiasaankebiasaan sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari seseorang ataupun kelompok.

Hornby (1974) mengatakan bahwa *Character is moral qualities that make one person different from others*. Dengan demikian karakter adalah kualitas moral seseorang atau kelompok yang membedakannya dengan orang atau kelompok lain. Moral atau budi pekerti adalah tindakan atau perilaku yang dikaitkan dengan norma dan aturan yang berlaku pada masyarakat. Lukman (1995) mengatakan bahwa moral adalah baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban.

Dalam masyarakat berlaku kewajiban untuk mengikuti adat istiadat, etika yang berlaku dimasyarakat. Dengan demikian karakter adalah pemikiran secara kritis untuk memilih dan melakukan hal yang baik dalam masyarakat sesuai dengan norma, hukum, dan nilai-nilai yang sesuai pada masyarakat. Pemikiran kritis menurut Sprod (2001) adalah berpikir dengan, (1) menggunakan pertimbangan untuk memutuskan, (2) bersandar pada kriteria, (3) mengadakan koreksi diri, dan (4) peka terhadap konteks.

Karakter yang dipandang sebagai pola berpikir, bersikap, dan bertindak bagi pemiliknya dapat dilihat dan dikenali berdasarkan atribut-atributnya. Atribut tersebut merupakan indikator yang dapat lebih dirinci sehingga dapat diukur.

Susan Brown dalam McElmeel (2002) menyatakan bahwa karakter menyangkut atribut: keriangian (*cheerfulness*), kewarganegaraan (*cintizenship*), kebersihan (*cleanliness*), kasih sayang (*compassion*), kerjasama (*cooperation*), keberanian (*courage*), kesopanan (*courtesy*), kreativitas (*creativity*), ketergantungan (*dependability*), ketekunan

(*diligence*), keadilan (*fairness*), kemurahan hati (*generosity*), menolong (*helpfulness*), sukacita (*joyfulness*), kebaikan (*kindness*), kesetiaan (*loyalty*), kesabaran (*patience*), ketekunan (*perseverance*), ketepatan waktu (*punctuality*), rasa hormat (*respect*), penghargaan terhadap lingkungan hidup (*respect for the environment*), tanggung jawab (*responsibility*), kebanggaan sekolah (*school pride*), kendali diri (*self control*), sportivitas (*sportsmanship*), toleransi (*tolerance*), kejujuran (*honesty*).

Mc Elmeel (2002) mengatakan bahwa karakter menyangkut atribut, “*caring, confidence, courage, curiosity, flexibility, friendship, goal setting, humility, humor, initiative, integrity, patience, perseverance, positive attitude, problem solving, self discipline, team work*”. Seorang yang berkarakter haruslah bersahabat, memiliki rasa humor, memiliki sikap positif, memiliki kemampuan memecahkan masalah, percaya diri, dan berorientasi pada pengaturan tujuan.

### 2.5.2 Terbentuknya Karakter

Bernard Show mengatakan dalam *The Harvest of Education*, “*Show a though reap an action, show an action reap a habit, show a habit reap a character, show a character reap a dignity*”. Dengan demikian, karakter seseorang akan terbentuk dari kebiasaan-kebiasaan yang dilakukannya. Kebiasaan yang dilakukan mengakar pada pemikiran. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kuppermen (1991) bahwa karakter meliputi kebiasaan-kebiasaan dan tendensi pemikiran dan tindakan original seseorang.

Lebih lanjut Zuchdi (2011) mengatakan bahwa karakter adalah sebuah cara berpikir, bersikap dan bertindak yang menjadi ciri khas seseorang yang menjadi kebiasaan yang ditampilkan di masyarakat. Lebih lanjut Kupperman (1991) mengatakan bahwa karakter dapat terlihat dalam komunikasi sehari-hari seseorang dengan orang lain, dan orang lain berkomunikasi dengan

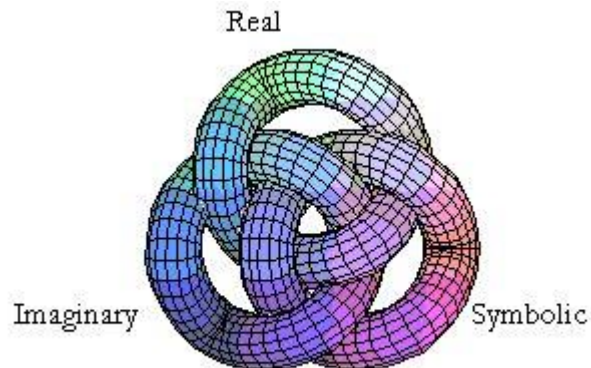
dirinya. Dengan kata lain, karakter terlihat dalam pergaulannya dengan orang lain, dengan siapa dia bergaul.

Sering sekali pernyataan dalam seni dan budaya terkait dengan karakter tokoh atau aktor sesuai dengan perannya dalam skenario. Misalnya, “aktor tersebut sangatlah berkarakter dalam perannya sebagai pahlawan”. Hal ini berarti, bahwa cirri-ciri, sifat, dan tindakan yang dilakukan aktor dalam skenario menyatu dalam dirinya sehingga tidak ada kejanggalankejanggalan berlakon. Dalam hal ini karakter melekat pada diri seseorang, dan menjadi bagian dari diri itu sendiri.

Karakter juga disebabkan oleh persepsi dan sikap yang dimiliki seseorang. Sikap dan kebiasaan seseorang dalam merespon stimulus yang diterima dari orang lain ataupun benda lain. Munculnya sikap seseorang adalah berdasarkan pengetahuan dan penilaiannya terhadap sesuatu, sehingga diperlihatkan secara positif atau negatif. Dengan demikian, sikap dihasilkan dari olahan pikiran secara deduktif ataupun induktif ataupun juga secara korelasional atas berbagai informasi dan data. Munculnya sikap adalah berdasarkan analisis dan sintesa serta evaluasi terhadap informasi dan data yang dihasilkan dari komunikasi dengan orang lain ataupun terhadap objek lain. Pemikiran secara analitis, sintesis, dan evaluatif terhadap objek lain disebut juga persepsi.

### **2.5.3 Tiga Tahap Pembentukan Subjek Jacques Lacan**

Lacan menyebutkan bahwa struktur dasar manusia terdiri dari tiga tatanan (*three orders*), yaitu tatanan Imajiner, Simoblik, dan Riil. Ketiga tatanan ini terjadi pada subjek ketika ia mulai masuk ke dalam bahasa. Menurut Lacan, hubungan ketiga tatanan ini sama seperti *Borromean knot*, suatu bentuk matematis yang terdiri dari tiga lingkaran yang saling terkait satu sama lain dalam hubungan yang saling melingkar dan bertautan, seperti terlihat dalam gambar di bawah ini.

**Gambar 2.1*****Borromean knot***

(Sumber: <https://larvalsubjects.files.wordpress.com/2008/12/bringsbig.jpg> diakses pada 13 April 2020, 21:41)

**A. Tatanan Imajiner**

Tatanan imajiner adalah dunia, penunjuk, dimensi imej-imej, baik sadar maupun tidak sadar, baik dipahami maupun diimajinasikan. Tatanan Imajiner mendahului tatanan Simbolik. Dalam tatanan ini terjadi proses *mirror-stage*, di mana seorang anak tidak mengenali dirinya secara utuh dan baru mendapatkan gambaran dirinya secara utuh dalam cermin. Proses ini akan berkembang dan seseorang akan mulai mencari gambaran lain yang dilihatnya. Proses ini dikenal dengan istilah Jerman *Spaltung* (*splitting of the self*), keterpecahan diri subjek. Dalam tatanan inilah ego muncul, dibangun melalui identifikasi dengan *specular image*. Lacan menyebut refleksi pada cermin ini sebagai *imago*. *Imago* adalah sesuatu yang lain, sesuatu yang bukan diri sang anak, tetapi diidentifikasi sebagai dirinya oleh sang anak. Dalam tahap ini Lacan juga menyebutkan bahwa sang subjek direduksi menjadi sebuah mata, karena dalam tatanan ini persepsi visual memegang peranan utama. Tatanan

Imajiner adalah tatanan yang dipenuhi dengan gambaran-gambaran, baik bersifat sadar maupun tidak sadar. Tatanan Imajiner ini dipenuhi dengan gambaran dan imajinasi, dan juga kekeliruan.

#### B. Tatanan Simbolik

Tatanan Simbolik mengacu kepada simbol. Simbol yang dimaksud di sini bukanlah ikon maupun bentuk tertentu, tetapi simbol yang dimaksud adalah “penanda”. Dalam hal ini “penanda” itu sendiri memiliki maknanya sendiri, tetapi hanya berfungsi untuk menunjuk kepada “yang ditandakan”. “Penanda” ini berfungsi dalam hubungannya dengan “yang ditandakan”. Tatanan ini adalah tatanan yang paling utama, tatanan di mana subjek mulai terbentuk. Subjek itu sendiri menurut Lacan adalah efek dari tatanan simbolik.

Ketika seorang anak mulai memiliki ide tentang “yang lain” dan mulai mengidentifikasi dirinya dengan “yang lain”, maka sang anak mulai memasuki tatanan simbolik. Seorang anak mengenal *imago* dalam tatanan imajiner, tetapi ia mulai menjadi subjek dalam tatanan simbolik. Tatanan simbolik adalah tatanan yang dipenuhi dengan dimensi bahasa. Bahasa dalam tatanan ini bersifat sebagai penanda, tidak memiliki keberadaan sendiri, tetapi hanya berfungsi untuk menandakan apa yang bukan dirinya sendiri.

Untuk lebih jelasnya, tatanan simbolik dikaitkan dengan kebudayaan, sedangkan tatanan Imajiner dikaitkan dengan sifat alamiah. Tatanan Simbolik menghubungkan manusia yang satu dengan manusia lainnya. Dalam tatanan ini subjek mulai memiliki hubungan dengan orang lain. Dalam tatanan ini juga, konsep waktu dan sejarah mulai muncul, juga kesadaran akan kekinian dan harapan akan masa depan.

#### C. Tatanan Riil

Tatanan Riil adalah tatanan yang bertindak sebagai pengaman, yang terbentuk secara perlahan, dan terus mengalami perubahan. Lacan menyebutkan bahwa tatanan riil selalu kembali ke tempat yang sama dan bahwa tatanan riil adalah sesuatu yang tidak mungkin. Tatanan ini adalah tatanan yang mendahului proses simbolisasi dan imajinasi. Tatanan Riil ini terlepas dari tatanan simbolik, tetapi tatanan ini juga yang memungkinkan terjadinya tatanan simbolik.

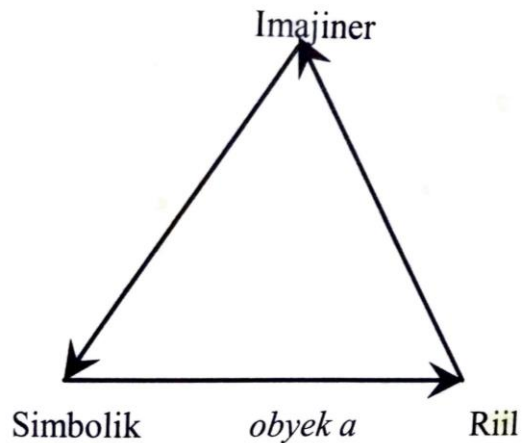
Lacan menyebutkan bahwa tatanan riil ini adalah ketidakmungkinan itu sendiri karena tatanan ini tidak mungkin untuk dibayangkan dan juga tidak mungkin dimasukkan dalam simbolik, tidak mungkin diraih. Tatanan riil ini adalah obyek dari kegelisahan yang tidak dapat dijelaskan. Tatanan riil adalah tatanan yang terjadi sebelum proses simbolisasi, dan yang merangsang timbulnya hasrat.

Tatanan riil direpresentasikan melalui kejadian, suara, hal kecil dari kenyataan, yang membuktikan bahwa kita tidak sedang bermimpi. Tatanan riil adalah apa yang mengatur kegiatan kita.

#### **2.5.4 Relasi antara Ketiga Tatanan**

Dengan bantuan gambar di bawah ini kiranya bisa dijelaskan proses relasi dari ketiga tatanan di atas.

#### **Gambar 2.2 Relasi Ketiga Tatanan**



(Sumber: Buku Proses Pembentukan Subjek Jacques Lacan, 2020)

Hubungan di atas bukanlah hubungan sebab-akibat, melainkan menggambarkan proses simbolisasi yang terjadi. Melalui *obyek a*, tatanan simbolik kembali kepada tatanan riil. Inilah saat terjadinya perpecahan dalam diri subjek. Proses ini terjadi berulang-ulang dan terus-menerus.

Lacan menjelaskan bahwa tatanan riil diibaratkan dengan apa yang tidak mungkin dan tidak terucapkan, jadi merupakan tatanan imajiner dengan khayalan dan kekeliruan, sedangkan tatanan simbolik diibaratkan dengan kekuasaan dan hukum. Lacan menyebutkan ada tiga hal yang muncul dalam persimpangan antara dua tatanan. Dalam persimpangan antara tatanan simbolik dan imajiner ada cinta, dalam persimpangan antara imajiner dan tatanan riil ada benci, dan dalam persimpangan antara tatanan riil dan tatanan simbolik ada pengabaian (*ignorance*).

Lacan juga menjelaskan bahwa dari antara ketiga tatanan tersebut, tatanan simbolik adalah tatanan yang paling utama. Hanya melalui tatanan simbolik, maka kedua tatanan yang lainnya dapat dipahami. Tatanan simbolik juga adalah tatanan yang paling rumit dan paling canggih, sehingga tatanan ini memiliki dominasi atas kedua tatanan lainnya terjadi.



## 2.6 Tinjauan Tentang *Custom Enthusiast*

Datangnya istilah *custom enthusiast* tidak lain karena datangnya budaya kustom ke Indonesia dimana para penggiat dan penikmat menjadi kesatuan demi meramaikan dan memajukannya dunia kustom roda dua di Indonesia, dimana kesatuan ini dipaksa kreatif dalam hal ekspresikan diri, kustom sendiri dapat dibidang mengubah yang original menjadi personal, mengubah yang original menjadi kesatuan kreativitas pelaku kustom itu sendiri. Dan *custom enthusiast* ini masuk ke dalam subkultur Kustom Kulture.

### 2.6.1 Kustom Kulture

Dalam sejarahnya subkultur ini sudah ada sejak 1960 yang mula berkembang di California Selatan, Amerika Serikat pasca Perang Dunia II. Pelaku kustom pada saat itu adalah kelas pekerja yang jenuh karena peperangan, dalam Buku *Kustom Kulture : Von Dutch, E "Big Daddy" Roth, Robert Williams and Others (1993)*, dijelaskan bahwa Kustom Kulture adalah metafora dari kultur California Selatan. Kegemaran menjadi sesuatu yang berbeda dari yang lain, melalui bahasa, adat istiadat, dan keseniannya sendiri.

Dalam buku tersebut, ranah Kustom Kulture pada awalnya dikenal sebagai *Hot Rodder*, merupakan sebutan bagi para pengendara atau pembuat mobil *Hot Rod*. *Hot Rod* merupakan mobil dengan ciri khas mesin besar dari segi ukuran maupun kapasitas mesin yang ditingkatkan dari ukuran standar untuk mencapai kecepatan tinggi, mengurangi bobot kendaraan dengan memangkas atap dan juga menghilangkan kaca samping mobil. Para pelaku kustom memilih dengan mobil-mobil murah sebagai modal utama kustom. Ciri yang sama juga ada pada kendaraan roda dua yang pada saat itu dikenal sebagai *Chopper* dan *Bobber Style*. Pemangkasan sasis atau kerangka utama agar terlihat lebih *ceper* di kenal dengan istilah *chop* (pangkas). Kata Kustom Kulture sendiri merupakan kata bentukan dari Custom Culture dengan

penggunaan huruf 'K' menggantikan huruf 'C' yang di populerkan oleh Ed "Big Daddy" Roth untuk menggambarkan fenomena antimainstream.

Dalam konteks kendaraan, kustom itu sendiri adalah mengubah dengan tidak menghilangkan fungsinya. Tetap dengan memperhatikan estetika, kenyamanan, keamanan, dan di perlengkap dengan 'sebuah kendaraan dapat mewakili cerita/pengalaman pemiliknya'.

Kustom Kulture lebih dari sekedar bagian-bagian unik dari budaya berkendara yang identik dengan mur, baut, dan logam. Sejarah Kustom Kulture terbentuk dari budaya populer para remaja di tahun 1950'an. Budaya populer pada saat itu muncul di California pasca perang dunia kedua. Para remaja ini sudah terobsesi dengan kendaraan bermotor, tertarik dengan mobil jenis Hot Rod dan mobil Kustom yang membantu para remaja tersebut untuk mengalihkan perhatian mereka pada kondisi buruk pasca perang dunia tersebut. Dan pada perkembangannya, bukan hanya pada kendaraan yang mereka bangun saja, tetapi Kustom Kulture mengasimilasi bahasa, pakaian dan musik yang menjadi sebuah ciri khas kaum muda pada tahun 1950'an. (DeWitt, J. 2002)

Menurut DeWitt, J (2002) Kustom Kulture ini adalah sebuah Rolling Sculpture, yang artinya adalah seni yang bergerak. Gagasan ini dianggap serius oleh DeWitt yaitu bahwa mobil-mobil ini adalah bagian dari seni, tetapi bukan seperti seni pada umumnya atau seni yang bersifat populer, tetapi seni yang memiliki perhatian, gagasan, dan teknik dasar yang ditunjukkan oleh seniman modern selama setengah abad ini. Pada kenyataannya mereka disebut seniman yang berbeda dengan definisi seniman pada umumnya karena mereka menjadi salah satu seniman modern dengan media mobil mereka sendiri dan pada kenyataannya mobil modifikasi dibuat oleh montir dan seniman otodidak.

Kustom kulture mencakup hal yang sangat luas, kustom itu sendiri sebenarnya muncul dari dalam diri seseorang. Kustom itu kreasi, imajinasi,

inovasi untuk mencapai suatu identitas, lalu dengan kustom kita akan di kenal dengan diri kita sendiri, dari situlah mereka menyebut ruang itu sebagai “Kustom Kulture”.

Kustom Kulture sebenarnya sudah tumbuh berkembang di tanah air sejak lama. Salah satu buktinya dapat dilihat di 2 cover majalah *Aktuil* terbitan *early 70's*. Satu cover menampilkan Alm. Gito Rollies berpose gaya anak muda 70' an dengan Yamaha XS650 chopper. Perkembangannya dari masa ke masa cukup sehat untuk ukuran negara yang berlokasi jauh ribuan kilometer dari negara asal mula budaya modifikasi motor. Selama tahun 1980an pergerakan Kustom Kulture di Indonesia belum terlalu pesat. Menurut Wira Bakti (2013), di era 80an orang lebih banyak yang bermain di ranah restorasi. Makin orisinil, makin oke. Sampai dengan era akhir 1980an masuk ke awal 1990an, mulailah Kustom Kulture di Indonesia berkembang cukup pesat. Mulai banyak pehobi motor yang meng-*custom* motornya baik sesuai selera individual maupun referensi dari majalah terbitan luar yang cukup sulit didapat (salah satu caranya adalah beli yang baru di toko buku internasional atau beli bekas di pasar loak). Komunitas motor yang beranggotakan pecinta modifikasi motor mulai banyak lahir di era akhir 80an hingga awal 90an.

Memang tidak semua anggotanya naik motor custom. Banyak juga anggotanya yang mengendarai motor orisinil asli pabrikasi yang tidak kalah keren dari motor custom. Berangkat dari kondisi serba terbatas, para pecinta Kustom Kulture roda dua di Indonesia dipaksa untuk kreatif. Berbekal bahan motor tua yang kondisinya parah dan terbatasnya akses untuk parts orisinal pada saat itu, tidak ada pilihan lain selain memodifikasi motor yang ada agar terlihat keren dan yang paling penting bisa dipakai riding. Para pelaku Kustom Kulture pada era itu mulai banyak yg belajar “*how to customize their ride*” secara otodidak, berbekal referensi dari majalah dalam dan luar negeri.

Di Indonesia sendiri, Kustom Kulture memang menjadi sebuah gerakan positif seputar modifikasi motor. Dunia *custom* yang dekat dengan seni ini membuat seniman lokal yang bermain di bidang *pinstripping*, *hand lettering*, hingga *leafing* menjadi *highlight* Kustom Kulture Indonesia. Melihat angka penggemar motor retro dengan modifikasi personal yang setiap tahunnya terus meningkat, Kustom Kulture ini akan terus berkembang. Sama dengan nilai asal Kustom Kulture, di Indonesia, nilai yang diangkat adalah membuat sesuatu yang original menjadi sesuatu yang lebih personal.

Menurut beberapa penggiat Kustom Kulture, sub kebudayaan yang satu ini sangat baik untuk mengembangkan kreativitas bikers dan mengungkapkan jati dirinya masing-masing. Salah satu ciri khas dari Kustom Kulture yang membedakan dengan penggiat motor lainnya adalah pemilihan modifikasi personal dan menghindari produk masal. *Hand-made* dan *One Piece Product* adalah kata kuncinya.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai peta pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Adapun sudut pandang pemikiran dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikan dari sebuah pembentukan karakter simbolik oleh *custom enthusiast* motor di Kota Bandung.

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolis. Mead mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi diantara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut paham ini, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupa menjawab pertanyaan siapakah Anda sebagai manusia? (Morissan, 2014: 111).

Interaksi simbolik lahir pada dua universitas yang berbeda: *University of Iowa* dan *University of Chicago*. Di Iowa, Manford Kuhn dan mahasiswanya merupakan

tokoh penting dalam memperkenalkan ide-ide asli dari interaksi simbolik sekaligus memberikan kontribusi terhadap teori ini. Selain itu, kelompok Iowa mengembangkan beberapa cara pandang yang baru mengenai konsep diri, tetapi pendekatan mereka dianggap sebagai pendekatan yang tidak biasa; karenanya, kebanyakan prinsip interaksi simbolik dan pengembangannya yang berakar pada Mahzab Chicago. (West dan Turner, 2010: 99)

Becker (dalam Mulyana, 2012:114) berpendapat bahwa perspektif Interaksi Simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Interaksi simbolis menunjukkan bahwa perilaku manusia telah dilihat sebagai proses dimana individu membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan memperhatikan harapan orang lain yang berinteraksi dengannya.

Kuswarno (2013:192) juga memaparkan bahwa perilaku muncul karena ada motif. Motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu. Mengacu juga pada pemikiran Schutz, manusia akan memiliki motif yaitu berorientasi ke masa depan (*in order to motive*) dan berorientasi ke masa lalu (*because motive*). Sehingga perilaku yang ditunjukkan manusia akan memiliki motif yang menggambarkan sebab (orientasi masa lalu), dan untuk (orientasi masa depan). Dalam hal ini, peneliti akan mencari tahu bagaimana motif dari para *custom enthusiast* motor di Kota Bandung yang memungkinkan mereka masuk ke dalam subkultur kustom kulture dan menganggap diri mereka bagian dari subkultur ini.

Sementara itu, perspektif interaksi simbolik (dalam Kuswarno, 2013:114) berpendapat bahwa perilaku terbentuk dan tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. Sejalan dengan asumsi interaksi simbolik, terdapat esensi bahwa komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna merupakan suatu aktivitas yang khas diantara manusia. Selain itu, seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi

antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Kesadaran dan pikiran melibatkan interaksi manusia dengan dirinya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu bukan sekedar tindakan luar yang terlihat.

Merujuk pada Litlejohn (2012:121) bahwa sebuah hasil penting dari interaksi adalah sebuah gagasan khusus mengenai diri sendiri—siapakah Anda sebagai seseorang. Pelaku komunikasi tidak hanya berinteraksi dengan orang lain dan dengan objek-objek sosial; mereka juga berkomunikasi dengan diri mereka sendiri. Para pelaku komunikasi melakukan percakapan sendiri sebagai bagian dari interaksi; kita berbicara pada diri kita sendiri dan memilik percakapan dalam pikiran kita untuk membedakan benda dengan manusia. Ketika mengambil keputusan mengenai bagaimana bertindak terhadap suatu objek sosial, individu menciptakan apa yang disebut Manford Kuhn sebagai rencana tindakan yang dipandu oleh sikap atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap tindakan apa yang diarahkan.

Mead menjelaskan bahwa kemampuan manusia untuk dapat merespon simbol-simbol diantara mereka ketika berinteraksi, membawa penjelasan interaksi simbolik kepada konsep tentang diri (*self*). Mekanisme seseorang sehingga dapat melihat dirinya sendiri sebagai objek ada melalui pengambilan peran (*role taking*) dengan melihat proses komunikasi. Bahasa atau simbol-simbol signifikan (*significant symbols*) inilah yang memunculkan makna dalam lingkungan sosial. Dengan mempelajari simbol-simbol kelompoknya, individu dapat mendefinisikan suatu kejadian atau suatu benda tertentu ke dalam dirinya sendiri, termasuk definisi yang dibuatnya sendiri (Kuswarno, 2013:114).

Selain itu, percakapan pada diri sendiri dimaksud untuk mempersiapkan segala sesuatu yang tidak subjek ketahui, misalnya sebelum subjek masuk kedalam sebuah lingkungan baru subjek akan mencari tahunya sendiri. Ketertarikan akan suatu hal yang baru akan dilatarbelakangi dengan keinginan terdahulu, keinginan

dari ketidaktahuan atau yang bisa dibilang rasa penasaran. Salah satu penyebabnya bisa dari rasa jenuh, seorang penggemar otomotif jenuh akan dunia permotoran yang biasa, dari kejenuhan itu mereka akan mencari tau sesuatu yang berbeda dalam dunia otomotif. Disaat mereka menemukan sesuatu yang baru hasrat dan keinginan akan datang, dimana manusia akan menyesuaikan dan secara tidak sadar akan membentuk karakter baru, karakter yang dimaksud ialah menjadi subjek baru dilingkungan yang baru untuk menghindar dari kejenuhan-kejenuhan. Pembentukan karakter pada *custom enthusiast* ini merujuk pada interaksi simbolik Jaques Lacan yang telah dibahas pada tinjauan karakter, adapun gambaran yang akan diteliti sebagai berikut:

#### A. Tatanan Imajiner

Tatanan imajiner adalah dunia, penunjuk, dimensi imej-imej, baik sadar maupun tidak sadar, baik dipahami maupun diimajinasikan. Tatanan Imajiner mendahului tatanan Simbolik. Dalam tatanan ini terjadi proses *mirror-stage*, di mana seorang anak tidak mengenali dirinya secara utuh dan baru mendapatkan gambaran dirinya secara utuh dalam cermin. Proses ini akan berkembang dan seseorang akan mulai mencari gambaran lain yang dilihatnya. Proses ini dikenal dengan istilah Jerman *Spaltung (splitting of the self)*, keterpecahan diri subjek. Dalam tatanan inilah ego muncul, dibangun melalui identifikasi dengan *specular image*. Lacan menyebut refleksi pada cermin ini sebagai *imago*. *Imago* adalah sesuatu yang lain, sesuatu yang bukan diri sang anak, tetapi diidentifikasi sebagai dirinya oleh sang anak. Dalam tahap ini Lacan juga menyebutkan bahwa sang subjek direduksi menjadi sebuah mata, karena dalam tatanan ini persepsi visual memegang peranan utama. Tatanan Imajiner adalah tatanan yang dipenuhi dengan gambaran-gambaran, baik bersifat sadar maupun tidak sadar. Tatanan Imajiner ini dipenuhi dengan gambaran dan imajinasi, dan juga kekeliruan.

#### B. Tatanan Simbolik

Tatanan Simbolik mengacu kepada simbol. Simbol yang dimaksud di sini bukanlah ikon maupun bentuk tertentu, tetapi simbol yang dimaksud adalah “penanda”. Dalam hal ini “penanda” itu sendiri memiliki maknanya sendiri, tetapi hanya berfungsi untuk menunjuk kepada “yang ditandakan”. “Penanda” ini berfungsi dalam hubungannya dengan “yang ditandakan”. Tatanan ini adalah tatanan yang paling utama, tatanan di mana subjek mulai terbentuk. Subjek itu sendiri menurut Lacan adalah efek dari tatanan simbolik.

Ketika seorang anak mulai memiliki ide tentang “yang lain” dan mulai mengidentifikasi dirinya dengan “yang lain”, maka sang anak mulai memasuki tatanan simbolik. Seorang anak mengenal *imago* dalam tatanan imajiner, tetapi ia mulai menjadi subjek dalam tatanan simbolik. Tatanan simbolik adalah tatanan yang dipenuhi dengan dimensi bahasa. Bahasa dalam tatanan ini bersifat sebagai penanda, tidak memiliki keberadaan sendiri, tetapi hanya berfungsi untuk menandakan apa yang bukan dirinya sendiri.

Untuk lebih jelasnya, tatanan simbolik dikaitkan dengan kebudayaan, sedangkan tatanan Imajiner dikaitkan dengan sifat alamiah. Tatanan Simbolik menghubungkan manusia yang satu dengan manusia lainnya. Dalam tatanan ini subjek mulai memiliki hubungan dengan orang lain. Dalam tatanan ini juga, konsep waktu dan sejarah mulai muncul, juga kesadaran akan kekinian dan harapan akan masa depan.

### C. Tatanan Riil

Tatanan Riil adalah tatanan yang bertindak sebagai pengaman, yang terbentuk secara perlahan, dan terus mengalami perubahan. Lacan menyebutkan bahwa tatanan riil selalu kembali ke tempat yang sama dan bahwa tatanan riil adalah sesuatu yang tidak mungkin. Tatanan ini adalah tatanan yang mendahului proses simbolisasi dan imajinasi. Tatanan Riil ini terlepas dari tatanan simbolik, tetapi tatanan ini juga yang memungkinkan terjadinya tatanan simbolik.



Lacan menyebutkan bahwa tatanan riil ini adalah ketidakmungkinan itu sendiri karena tatanan ini tidak mungkin untuk dibayangkan dan juga tidak mungkin dimasukkan dalam simbolik, tidak mungkin diraih. Tatanan riil ini adalah obyek dari kegelisahan yang tidak dapat dijelaskan. Tatanan riil adalah tatanan yang terjadi sebelum proses simbolisasi, dan yang merangsang timbulnya hasrat.

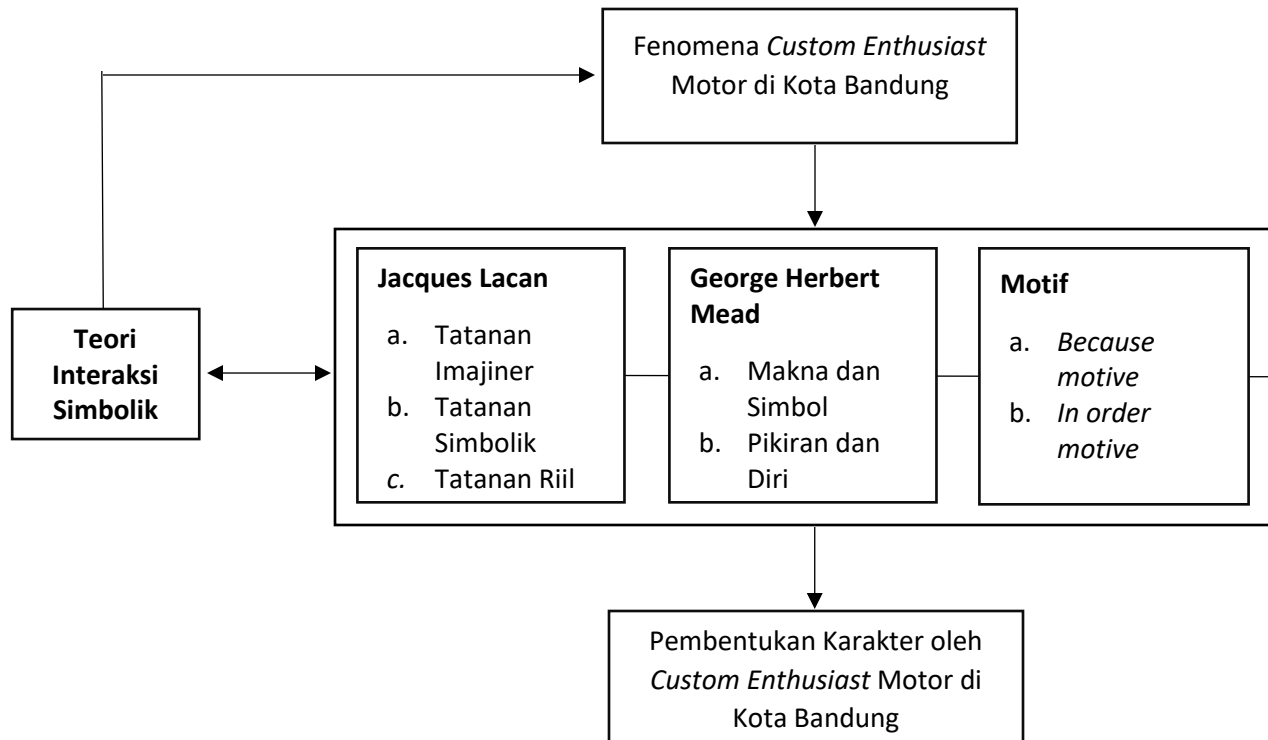
Tatanan riil direpresentasikan melalui kejadian, suara, hal kecil dari kenyataan, yang membuktikan bahwa kita tidak sedang bermimpi. Tatanan riil adalah apa yang mengatur kegiatan kita.

Pemikiran dari Jacques Lacan ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana pembentukan karakter *custom enthusiast* motor itu terjadi, selain itu untuk mencari tahu dari apa yang mereka pahami yang menentukan tindakan mereka. Tentunya ada poin-poin lain yang merangsang seseorang dalam berpikir dan bertindak. Mulai dari makna atas simbol yang mereka pahami juga akan semakin oleh karena adanya interaksi dengan diri sendiri dan juga dengan pelaku kustom lainnya. Simbol-simbol yang diciptakan, dipikirkan dan dipahami mereka merupakan bahasa yang mengikat aktivitas di antara mereka. Pandangan interaksi simbolik membantu menjelaskan bagaimana *custom enthusiast* motor ini memandang dirinya sendiri sebagai bagian dari dunia sosial yang mereka bangun dan sepakati.

Dengan melihat konteks teori Interaksi Simbolik Herbert Mead dan Jacques Lacan tersebut yakni berusaha membentuk dan mengumpulkan sebuah data-data dari kejadian yang berdasarkan pada subjek, maka peneliti memaparkan penjelasan tersebut ke dalam gambar seperti berikut:

Gambar 2.3

## Alur Kerangka Pemikiran



(Sumber: Data Peneliti, 2020)

### 2.7.1 Proposisi Penelitian

Proposisi merupakan asumsi atau anggapan dasar yang dibangun dari kerangka pemikiran sebagai dugaan sementara atas rumusan masalah. Maka proposisi peneliti adalah melalui Fenomena *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung, sebab dari adanya proses interaksi simbolik yang meliputi pembentukan karakter, interpretasi dari (makna, simbol, pikiran, dan diri), dan motif yang akan mengakibatkan terjadinya karakter baru oleh *Custom Enthusiast* Motor mengikuti alur subkultur Kustom Kulture.