BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung pelengkap, pembanding dan member gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai Perilaku Komunikasi :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1	Ridwan Aripin	Fenomena Internet Forum (WEB Forum) Sebagai Media Interaksi Dalam Proses Pembentukan Komunitas Virtual	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena internet forum sebagai salah satu saluran media komunikasi dalam proses pembentukan komunitas virtual, merupakan satu pandangan baru bagi masyarakat untuk berinteraksi, mengingat kini ditunjang

			dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Disamping itu pula kebebasan yang dimilki oleh media tersebut (Internet dan Forum) memilki ruang kebebasan yang sangat luas, sehingga masyarakat (kelompok) yang menganggap dirinya sebagai komunitas virtual mampu berekspresi.
2	Suardi	PERILAKU KOMUNIKASI DALANG SANDIWARA (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Dalang Sandiwara di Kecamatan Patrol Kabupaten Indramayu)	Hasil penelitian, dalam perilaku komunikasi Dalang Sandiwara dalam memberikan alur cerita terhadap penonton, dimana terlihat komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa jawa dan bahasa Indonesia walaupun keduanya memiliki intensitas penggunaan yang berbeda. komunikasi non verbal berupa penggunaan gerakan tangan dan kepala serta ekspresi wajah dan kontak mata.

3	Nina Gustiyani	Fenomena Pengemis Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Interaksi Simbolik Pengemis Di Hadapan Calaon Dermawan Di Kota Bandung)	Proses Komunikasi dengan gerakan tubuh yang ditunjukkan sebagai makna belas kasihan dan arti status dan kedudukan pengemis. Kepribadian, menampilkan penampilan sebagai identitas diri. Interaksi Simbolik pengemis yang dikelola untuk menciptakan suatu kesan orang-orang yang melihatnya dari simbol-simbol. Kesimpulan Interaksi Simbolik pengemis menunjukkan suatu penyampaian pesan yang dimaknai bersama dengan tujuan yang spesifik dari pengemis untuk di belas kasihani, diberi bantuan, dan mendapatkan simpati.

Sumber : Penulis (2014)

2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi

Sebagai mahluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi komunikasi, bahkan ketika manusia itu diam manusia itu sedang berkomunikasi, mengkomunikasikan keadaan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak manusia pasti berkomunikasi, komunikasi pun dapat

kita temukan di semua sendi-sendi kehidupan, dimana setiap proses interaksi antara manusia dengan manusia lain pasti terdapat komunikasi.

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu sosial terapan, bukan ilmu sosial murni, ilmu komunikasi tidak bersifat absolut, sifat ilmu komunikasi dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak-tanduk perilaku manusia, sedangkan perilaku atau tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk perkembangan zaman.

Pengertian komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan, pemberian bagian, pertukaran, ikut ambil bagian, pergaulan, peran serta, atau kerja sama. Asal katanya sendiri berasal dari kata *communis* yang berati *common* (bersifat umum, sama, atau bersama-sama). Sedangkan kata kerjanya *communicare* yang berati berdialog, berunding atau bermusyawarah. Berdasarkan Buku Mengenal Ilmu Komunikasi, komunikasi menurut Sir Geral Barry (2010:15) menyatakan :

> "Dengan komunikasi orang akan memperoleh informasi, pengetahuan, pengalaman, terbentuknya saling pengertian, berlangsungnya sebuah percakapan, keyakinan, kepercayaan, dan control juga sangat diperlukan"

Dan menurut Effendi (1993:28) menyatakan :

> "Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, dimana yang dinyatakan itu adalah ppikiran, perasaan seseorang kepada orang lain, dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya"

Definisi komunikasi yang dikemukakan itu belum mewakili definisi-definisi yang dibuat oleh para ahli, karena komunikasi menyangkut banyak tahap sehingga sifatnya dinamis atau berkembang, karena itu sebuah kegiatan komunikasi disebut sebagai sebuah proses komunikasi. Dari definisi yang telah dikemukakan tersebut kita sedikit memperoleh gambaran tentang komunikasi tersebut, bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan seperti mendapatkan informasi yang menggunakan bahasa sebagai alat bertukar informasi tersebut.

2.1.2.2. Komponen Komunikasi

A. *Communicator* (Komunikator)

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Komunikator akan menyandi *(encode)* pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, ini berarti ia memformulasikan pikiran dan perasaannya kedalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Komunikator yang baik adalah orang yang selalu memperhatikan umpan balik sehingga ia dapat segera mengubah gaya komunikasinya dikala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif.

B. *Message* (Pesan)

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.Penyampaian pesan dapat dilakukan secara verbal yakni dengan menggunakan bahasa dan secara non verbal yakni dengan menggunakan alat, isyarat, gambar atau warna untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

C. *Channel* (Media)

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

D. *Communicant, Communicate, Receiver, Recipient* (Komunikan)

Orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan akan memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh komunikator.

Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif.

E. *Effect, Impact, Influence* (Efek)

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator terhadap isi pesan, yang dapat menimbulkan reaksi dari kedua belah pihak.

2.1.2.3. Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku.

Menurut Onong Uchjana 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. Perubahan Perilaku *(behavior change)*

d. Perubahan Sosial *(sosial change).* (Effendy, 2006:8)

2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

2.1.3.1. Definisi Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi merupakan kegiatan yang sangat dominan di kehidupan sehari-hari, sebagian besar kegiatan komunikasi tersebut berlangsung salam situasi komunkasi antar pribadi.

> "Komunikasi antar pribadi adalah ionteraksi tatap muka antadua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula." (M.Hardjana 2003:83).

Menurut Devito (1989) komunikasi antar pribadi adalah :

> "Penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknyadan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera" (Suranto,2011: 4).

Berdasarkan definisi itu komunikasi antar pribadi dapat berlangsung antara dua orang yang sedang berdua atau lebih yang dalam suatu pertemuan. Pada hakikatnya komunikasi antar pribadi merupakan suatu proses, dimana orang-orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Komunikasi antar personal dianggap efektif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan.

2.1.3.2. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan suatu *action oriented,* ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi

antar pribadi ada bermacam-macam, beberapa diantaranya dipaparkan berikut ini.

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

   Mengungkapkan perhatian kepada orang lain, misalnya saat berkomunikasi dengan cara tersenyum, melambaikan tangan, menyapa, dan sebagainya.

b. Menemukan diri sendiri

   Ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

c. Menemukan dunia luar

   Dengan komunikasi antar pribadi diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai macam informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan actual.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

   Di tujukan untuk memlihara hubungan sosial dengan orang lain, karena sebagai makhluk sosial salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

   Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung atau tidak langsung (dengan menggunakan media).

f. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi antar pribadi dapat mengihalngkan kerugian akibat salah komunikasi (*mis communication*) dan salah interpretasi (*mis interpretation*) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan.

2.1.3.3. Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama perindividu. Hal ini disebabkan, biasanya pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi bertemu secara langsung, tidak menggunakan media dalam penyampaian pesannya sehingga tidak ada jarak antara komunkator dan komunikan (*face to face*). Oleh karena saling berhadapan muka, maka masing-masing pihak dapat langsung mengetahui respon yang diberikan, serta mengurangi tingkat ketidak jujuran ketika sedang terjadi komunikasi.

2.1.4. Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.4.1. Definisi Komunikasi Verbal

Manusia sebagai makhluk sosial sering berinteraksi dan bertukar informasi melalui bahasa dan juga symbol-simbol.

> "Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami.Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal" (Deddy Mulyana, 2005).

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-

usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.1.4.2. Macam-macam Bahasa Verbal

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan sebagai aspek realitas individual kita. Adapun macam bahasa verbal yang digunakan adalah :

1. Bahasa Indonesia adalah bahasa nasional yang digunakan sebagai bahasa persatuan Indonesia yang dipakai untuk memperlancar hubungan komunikasi dan merupakan lambang kebangsaan bangsa Indonesia (Buku Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan & Kebudayaan).
2. Bahasa daerah adalah bahasa yang digunakan pada suatu daerah tertentu dan memiliki ciri khas tertentu di bidang kosa kata, peristilahan, struktur kalimat dan ejaannya. Bahasa daerah merupakan lambang kebanggaan daerah yang bersangkutan.

2.1.4.3. Tata Bahasa Verbal

Tatabahasa meliputi tiga unsur: fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata, pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata

2.1.4.4 Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005) bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980), dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills,* mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

1. Mengenal dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
2. Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi

mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.

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

2.1.4.5. Keterbasan Bahasa

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

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

1. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual

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

2. Kata-kata mengandung bias budaya

   Bahasa terikat konteks budaya, oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda,

atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketiaka mereka menggunakan kata yang sama. Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut *isomorfisme*. *Isomorfisme* terjadi bila komunikan-komunikan berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada *isomorfisme* total.

3. Percampuradukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

   Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Ketika kita berkomunikasi, kita menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan

sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal

2.1.5.1. Definisi Komunkasi Non Verbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Riswandi, 2009:69), mendifisikan :

> "Komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunakan limgkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima"

Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal.

2.1.5.2. Ciri-Ciri Umum Pesan Non Verbal

Devito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
3. Pesan non-verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan non-verbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.

4. Pesan non-verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non-verbal.
5. Komunikasi non-verbal di kendalikan oleh aturan.
6. Komunikasi non-verbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan non-verbal seringkali berfungsi untuk mengkomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.

2.1.5.3. Klasifikasi Pesan Non Verbal

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

1. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
    a. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. 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 tak senang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk

b) Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan

c) *Responsiveness*, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.

2. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
3. 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.
4. Pesan paralinguistik adalah pesan non verbal 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.
5. Pesan sentuhan dan bau-bauan.
   a. 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.

b. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan – menandai wilayah mereka, mengindentifikasikan keadaan emosional, penncitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.5.4. Fungsi Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Cangara, 2011:106)

Fungsi dari komunikasi non verbal dapat menjelaskan maksud dari penyampaian pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. Repetisi

   Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.

2. Subtitusi

   Menggantikan lambang-lambang verbal.

3. Kontradiski

   Menolak pesan verbal ataumemberi makna yang lain terhadan pesan verbal.

4. Komplemen

   Melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal.

5. Aksentuasi

   Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya (Suranto, 2010:173)

2.1.5.5. Tujuan Komunikasi Non Verbal

Ketika kita melakukan komunikasi, baik itu melakukan komunikasi verbal terlebih dahulu yang kemudian diiringi dengan komunikasi non verbal atau sebaliknya. Bahkan keduanya seringkali berbarengan dalam melakukannya ataupun penyampaiannya. Setiap penyampaian pesannya baik secara verbal ataupun non verbal sebenarnya memiliki tujuan-tujuan tertentu didalam pesan tersebut.

Adapun tujuan dari komunikasi non verbal diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan atau memberikan informasi.

2. Mengatur alur suara percakapan.
3. Mengekspresikan emosi.
4. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan dari komunikasi verbal.
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
6. Mempermudah tugas-tugas khusus yang memerlukan komunikasi non verbal.

2.1.5.6. Jenis Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakannya. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
   a. Isyarat tangan
   b. Gerakan tangan
   c. Postur tubuh dan posisi kaki
   d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
   a. Busana
   b. Karakteristik fisik

5. Bau-bauan

6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :

   a. Ruang pribadi dan ruang publik

   b. Posisi duduk dan pengatutan ruangan

7. Konsep waktu

8. Diam

9. Warna

10. Artefak (Mulyana, 2010:353-433)

2.1.6 Tinjauan Tentang Motif

Merujuk pada Kuswarno (2013:167), 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.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu :*in order to motive* dan *because motive.*

Because motive merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *inorder to motif* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan. Melalui interpretasi tindakan orang lain, seseorang dapat merubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain.

Individu tersebut perlu mengetahui makna, motif dan maksud dari tindakan orang lain tersebut. Menurut Weber untuk memahami motif dan makna tindakan manusia pasti terkait dengan tujuan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa motif adalah suatu dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang baik yang disadari maupun tidak. Motif dapat diartikan sebagai suatu keadaan, kebutuhan atau dorongan dalam diri seorang yang disadari maupun tidak yang membawa kepada terjadinya suatu perilaku.

2.1.7 Tinjauan Tentang Pedagang

2.1.7.1 Definisi Pedagang

Perdagangan adalah semua tindakan yang tujuannya menyampaikan barang untuk tujuan hidup sehari-hari, prosesnya berlangsung dari produsen kepada konsumen. Orang yang perkerjaannya meperjualbelikan barang atas prakarsa dan resiko dinamakan pedagang.[1]

Sementara itu, pedagang sendiri jenisnya bermacam-macam. Ada pedagang keliling, pedagang asongan, pedagang dari pintu ke pintu (door to door), pedangang kaki lima, grosir (pedagang besar), pedagang supermarket dan sebagainya. Jenis-jenis pedagang ini lazim dibedakan berdasarkan pada cara menawarkan barang dagangannya masing-masing. Pedagang di pasar Cimol Gedebage merupakan jenis pedagang grosir. Pedagang grosir tidak langsung menawarkan barang kepada calon pembeli

[1]http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2162642-definisi-perdagangan-dan-jenis-pedagang/ (Senin, 24 Maret 2014 Pukul 01.45 WIB)

sebagaimana pedagang eceran, melainkan calon pembelilah yang mendatangi pedagang.

2.1.8 Tinjauan Tentang Konsumen

2.1.8.1. Definisi Konsumen

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk di konsumsi pribadi (Kotler, 2000). Sedangkan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[2]

Konsumen selalu memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya, seperti kebutuhan primer dan sekundernya. Tingkat kesejahteraan seseorang atau masyarakat bergantung pada tinggkat konsumsi yang digunakan. Setiap konsumen pada dasarnya selalu menginginkan barang-barang yang berkualitas, beberapa sifat dari konsumen seperti ingin mengetahui keadaan dari barang-barang yang akan dibelinya, menginginkan barang yang murah harganya dan menginginkan barang yang baik dan berkualitas.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Perilaku komunikasi pedagang di pasar Cimol Gedebage dapat dilihat dari teori Interaksi Simbolik. Bahwa manusia bertindak berdasarkan

[2]Dikutp dari skripsi Ria Dwi Mutiara dengan judul Perilaku Komunikasi sales Promotion Girl Provider XL Axiata (Studi Kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Konsumen di Dukomsel Kota Bandung) 2013

atas makna-makna, dimana makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain, serta makna-makna itu terus berkembang dan disempurnakan pada saat interaksi itu berlangsung. Dalam interaksi yang dilakukan itu terjadipertukaran simbol-simbol baik verbal maupun non verbal.

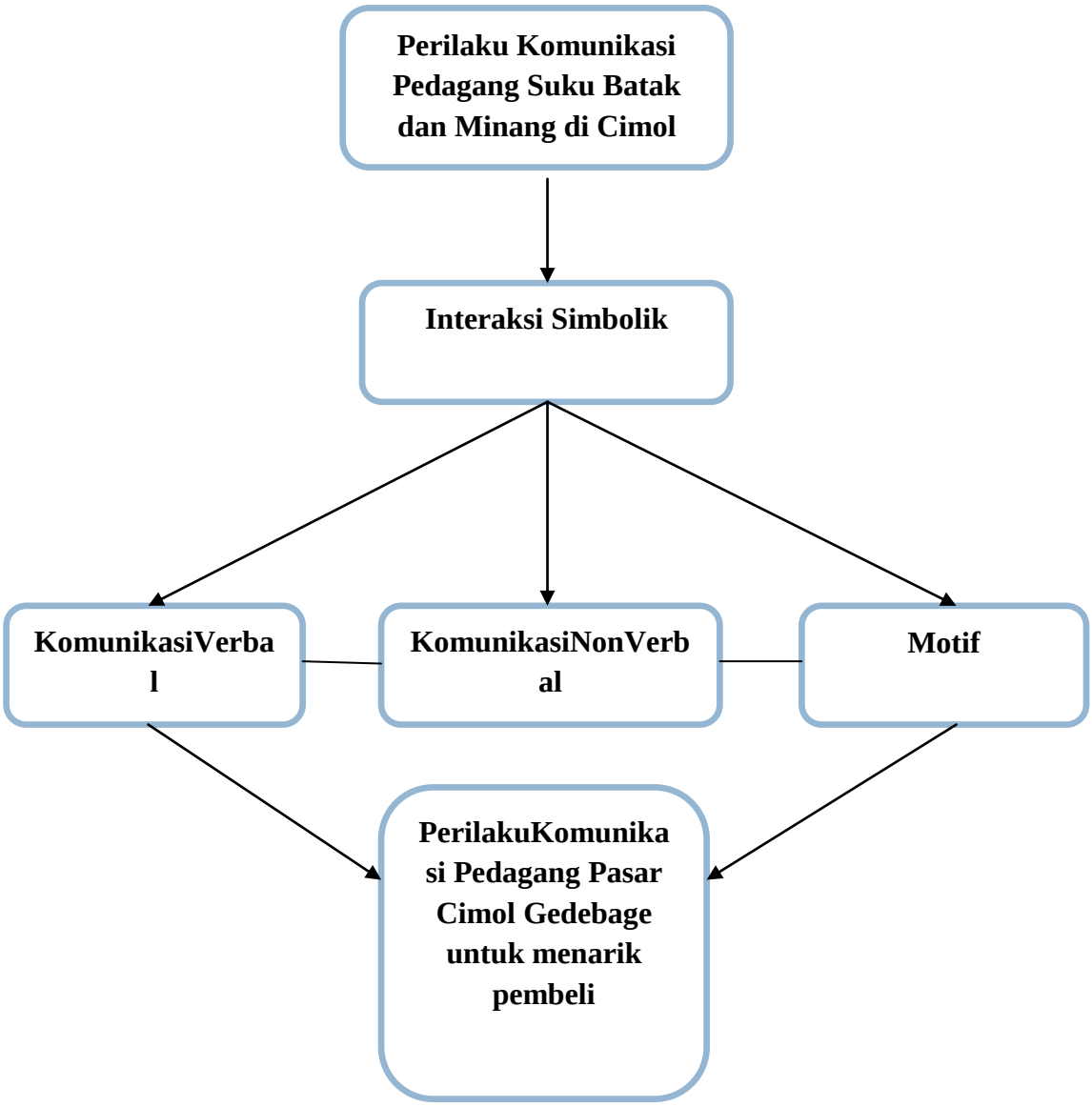
Dalam komunikasi antar pribadi, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang mencerminkan interaksi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain. Menurut George Hebert membahas teorinya tentang interaksionisme simbolik (Karl J. Veeger, 1992:95-96) melukiskan *mind* (pikiran manusia) sebagai salah satu cara bertindak manusia yang berlangsung di dalam diri individu. *Mind* ini merupakan sejenis interaksi individu dengan dirinya sendiri, yaitu percakapan atau konservasi dalam batinnya sendiri, dimana bagian yang satu menanggapi, mengulas bahkan membandingkannya apa yang telah dikemukakan pada bagian lainnya. Menurut Mead, diri *(self)* adalah terbentuk dari dua unsur, yaitu "aku" (*me*) dan "aku" *(i*). *Me* boleh dikatakan merupakan unsur sosial dalam diri orang dan terdiri dari *generalized other* (dari semua sikap), makna dan simbol yang telah dibatinkan dan dikerahkan oleh individu pada saat dan dalam situasi tertentu. *Me* adalah pemantulan orang lain atau lingkungan sosial; *I* merupakan unsur individual dan bagian dari diri orang yang kreatif, merasa bebas, dan mampu mengungkapkan diri. *I* dan *Me* bersama-sama saling menetukan dan melahirkan perilaku manusia.

Tingkah laku seseorang terbentuk didalam kelompok sosial selama proses interaksi dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh symbol yang diberikan oleh orang lain, demikian juga perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa symbol-simbol, maka kita dapat mengemukakan maksud dan pikiran kita, sebaliknya juga kita dapat mengerti maksud orang lain dengan cara membaca simbol-simbol yang di tampilkan oleh orang lain. Teori yang mengkaji mengenai interaksi ini adalah interaksi sombolik yang merupakan sebuah perspektif yaitu fenomenologi.

Menurut Alfred Schutz menyatakan bahwa tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran (Kuswarno, 2009:17). Dalam pemikiran Schutz manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial, manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada pemerimaan timbale balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Inti dari penelitian ini adalah bagaimana cara seseorang atau manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang akan seseorang itu akan sampaikan dalam proses komunikasi dengan orang lain.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2014

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti menggambarkan dan menjelaskan perilaku komunikasi pedagang Cimol Gedebage dalam menarik pembeli, dibagi kedalam tiga poin, yaitu perilaku komunikasi

yang menggunakan komunikasi verbal, komunikasi non verbal, dan motif yang mendasari perilaku komunikasi tersebut.

Perilaku komunikasi pedagang Cimol Gedebage dapat dilihat dari pandangan teori Interaksi Simbolik. Bahwa interaksi simbolik manusia selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya. Dalam interaksi tersebut terjadi pertukaran simbol-simbol baik itu verbal maupun non verbal. Dalam simbol-simbol atau lambang-lambang tersebut terdapat makna yang hanya di dipahami oleh anggotanya saja. Makna ini sangat akan mempengaruhi individu bertingkah laku atau berperilak. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni pertukaran simbol atau komunikasi yang diberi makna. Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana setiap individu harus mengembangkan pikirannya melalui interaksi dengan individu atau orang lain, mengenai diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan masyarakat *(Society)* hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap.

Pedagang Cimol Gedebage dari Suku Batak dan Suku Minang ini dalam menarik pembelinya mempunyai cara tersendiri ditunjukan dalam

perilaku komunikasinya baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbalnya sesuai karakter dari pedagang tersebut. Perilaku pedagang tersebut bisa dilihat dari cara mereka saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pembeli ketika sedang melayani pembeli mengenai barang-barang yang mereka perjualkan. Perilaku komunikasi merupakan perilaku yang lahir dari intergrasi tiga keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial, ketiga keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan budaya.

Komunikasi verbal ini dapat dilihat saat pedagang sedang berkomunikasi menggunakan bahasa verbal kepada pembelinya. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005).

Selain itu, perilaku komunikasi ada juga yang menggunakan komunkasi non verbal yang dapat dilihat ketika para pedagang Cimol Gedebage sedang memberikan pelayanan terhadap pembeli mengenai barang yang mereka perjualbelikan. Terakhir adalah motif yang mendasari seseorang berperilaku untuk suatu tujuan atau tindakan. 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.