BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka terdapat hasil penelitian terdahulu, ditemukan penelitian yang membahas tentang konstruksi makna dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil pencarian peneliti mengenai penelitihan terdahulu yang sejenis memberikan informasi mengenai konstruksi makna itu sendiri, serta pendekatan yang menggunakan studi fenomenologi. Berikut merupakan daftar daripenelitian terdahulu yang sejenis

1. **Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung**

   Skripsi Citra Abadi (41809152) 2013. Jurusan Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dengan Dr.Oji Kurniadi sebagai pembimbing. Penelitian ini berjudul **Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita di Kota Bandung**. Pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi, dengan subjek penelitian adalah para sosialita di kota Bandung dengan teknik purposive sampling. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai social yang digunakan oleh kalangan sosialita di Kota Bandung, untuk mengetahui motif menjadi

sosialita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung, untuk mengetahui pesan artifaktual tentang makna sosialita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung, dan untuk mengetahui pengalaman menjadi sosialita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung.

Kesimpulan penelitian adalah konstruksi makna bagi kalangan sosialita saat ini didasari oleh nilai yang mereka tentukan secara subjektif. Jadi makna sosialita diartikan secara berbeda oleh setiap individu. Secara garis besar makna sosialita seet ini mengalami pergeseran. Hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman yang terbatas.

2. **Konstruksi Makna Metode *Active* dan *Fun* Oleh Pengajar Di Sekolah Alam Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Makna Metode Active dan Fun Oleh Pengajar Di Sekolah Alam Bandung)**

   Skripsi Nuryanita Rahmat (210110077040), 2011. Jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, dengan Drs. H. Iriana Bakti, M.Si sebagai pembimbing utama dan Heru Ryanto Budiana, S.Ag., M.Si sebagai pembimbing pendamping. Penelitian ini berjudul **Konstruksi Makna Metode *Active* dan *Fun* Oleh Pengajar Di Sekolah Alam Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Makna Metode *Active* dan *Fun* Oleh Pengajar Di Sekolah Alam Bandung)**. Pendekatan penelitian Kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi, dengan subjek penelitian adalah pengajar di sekolah alam Bandung dengan teknik

purposive sampling. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif Metode Active dan Fun oleh pengajar di Sekolah Alam Bandung, untuk mengetahui makna pengajar dalam melaksanakan Metode Active dan Fun di Sekolah Alam Bandung, dan untuk mengetahui pengalaman pengajar dalam melaksnakan Metode Active dan Fun di Sekolah Alam Bandung.

Hasil dari penelitian pengajar di Sekolah Alam Bandung adalah pengajar dalam memaknai Metode Active dan Fun, terdapat beberapa hal yang berkaitan yaitu mengenai pemahamannya itu dapat mengadaptasi.

3. **Makna Radikalisme Bagi Front Pembela Islam (FPI) Bandung Raya (Studi Fenomenologi Mengenai Makna Radikalisme Bagi Front Pembela Islam (FPI) Bandung Raya)**

   Penelitian ini bermaksud mengetahui Makna Radikalisme Bagi Front Pembela Islam (FPI) Bandung Raya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui nilai-nilai agama yang dipahami oleh anggota FPI Bandung Raya, motif anggota FPI Bandung Raya dalam memaknai radikalisme, dan pengalaman bagi anggota FPI Bandung Raya selama menjadi anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi fenomenologi dengan informan yang berjumlah 5 (lima) orang. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan internet searching. Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai-nilai keislaman yang dipahami oleh anggota FPI merupakan nilai-nilai yang bersumber dari Al - Qur’An dan hadits nabi Muhammad SAW dan menggunakan nilai-nilai keislaman

sebagai motivasi utama dalam hal melakukan aktivitas, termasuk dalam hal melakukan dakwah amar maÂ'ruf nahyi munkar. Pengalaman-pengalaman yang dialami oleh anggota FPI selama menjadi anggota membawa dampak positif dalam kehidupannya, yaitu bertambahnya pemahaman agama dan ikut terlibat dalam menegakkan amar maÂ'ruf nahyi munkar.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa radikalisme dimaknai sebagai proses menegakkan dan membela agama Allah. Islam yang mereka yakini adalah islam yang sempurna, baik dan membawa kebahagiaan dunia dan akhirat.Saran yang dapat peneliti berikan adalah Sebagai organisasi masa Islam, diharapkan setiap anggota FPI benar-benar memahami nilai-nilai keislaman secara utuh serta menjalankan syariÂ'at islam secara terlebih dahulu, sebelum mendakwahkannya kepada orang lain.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan satu dari disiplin ilmu yang cukup lama namun yang paling baru. Orang Yunani kuno melihat teori dan praktek komunikasi sebagai sesuatu yang kritis. Popularitas komunikasi merupakan suatu berkah (a mixed blessing). Teori-teori resistant untuk berubah bahkan dalam berhadapan dengan temuan-temuan yang kontradiktif. Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi.3

Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

"*We cannot not communicate*," "kita tidak dapat tidak berkomunikasi". Begitulah yang dikatakan oleh Waltzlawick, Beavin dan Jackson (Mulyana, 2007:60). Dalam kehidupan sehari-hari, kita memang tidak dapat melepaskan diri dari kegiatan komunikasi. Bahkan pada saat berdoa sekalipun.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Pawito menyebutkan kegiatan (ber) komunikasi dapat dikatakan bersifat sentral dalam kehidupan manusia bahkan mungkin sejak awal keberadaan manusia sendiri. Nyaris semua kegiatan dalam kehidupan manusia membutuhkan atau setidaknya disertai komunikasi. Oleh karena itu, kajian ilmiah tentang gejala atau realitas komunikasi mencakup bidang yang sangat luas, meliputi segala bentuk hubungan antarmanusia dan menggunakan lambang-lambang, misalnya bahasa verbal (lisan atau tertulis) dan bahasa nonverbal yang meliputi bentuk-bentuk ekspresi simbolik lainnya, seperti lukisan,

pahatan, gerak tubuh dalam beraneka jenis tari dan musik (Pawito, 2008:1).

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Definisi dan pengertian komunikasi juga banyak dijelaskan oleh beberapa ahli komunikasi. Salah satunya dari Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa :

> "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu communication yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat yang diambil dari communis, yang bermakna umum bersama-sama". (Wiryanto, 2004:5)

Pengertian komunikasi lainnya bila ditinjau dari tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menyampaikan maksud hingga dapat mengubah perilaku orang yang dituju, menurut Mulyana sebagai berikut :

> "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain)". (Mulyana, 2003:62).

Selain itu, Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikologi adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Seorang komunikologi adalah ahli ilmu komunikasi. Istilah komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi.

Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Devito dalam Effendy sebagai:

> "Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari ganggua-ngangguan, 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, penerimaan atau proses decoding, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan 18 komunikasi, apakah itu intra-persona, antarpersona, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya." (Effendy, 2005 : 5).

Menurut Roger dan D Lawrence dalam Cangra, mengatakan bahwa komunikasi adalah:

> "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004)

Sementara Raymond S Ross dalam Rakhmat, melihat komunikasi yang berawal dari proses penyampaian suatu lambing.

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapatdi simpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

2.1.2.2 Komponen Komunikasi

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut Effendy (2005:6), Ruang Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Untuk itu, Lasswell memberikan paradigma bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2.2.1 Komunikator dan Komunikan

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

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

Begitu pula dengan komunikator atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver. Cangara menjelaskan, Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara. Selain itu, dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Cangara pun menekankan:

> "Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi" (Cangara, 2004:25).

2.1.2.2.2 Pesan

Pesan yang dalam bahasa Inggris disebut message, content, tau information, salah unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri. Cangara menjelaskan bahwa:

> "Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda" (Cangara, 2004:23).

2.1.2.2.3 Media

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

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacammacam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu pancaindera. Selain itu :

> ”Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi” (Cangara, 2004:24).

Lebih jelas lagi Cangara menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu:

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

2.1.2.2.4 Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti yang dijelaskan Cangara, masih dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi”, pengaruh atau efek adalah:

> ”Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan

> tingkah laku seseorang" (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

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

2.1.2.3 Komunikasi Verbal

Pesan Verbal sendiri adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan. Tubbs (1998:8) mengemukakan bahwa pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Selanjutnya Tubbs mengemukakan bahwa pesan verbal terbagi atas dua kategori yakni (1) Pesan verbal disengaja dan (2) pesan verbal tidak disengaja.

Pesan verbal yang disengaja adalah usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal yang tidak disengaja adalah sesuatu yang kita katakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Salah satu hal yang penting dalam pesan verbal adalah lambang bahasa. Konsep ini perlu dipahami agar dapat mendukung secara positif aktivitas yang dilakukan seseorang.

Liliweri (1994:2) mengatakan bahwa bahasa merupakan medium atau sarana bagi manusia yang berpikir dan berkata tentang suatu gagasan sehingga dikatakan bahwa pengetahuan itu adalah bahasa. Bagi manusia

bahasa merupakan faktor utama yang menghasilkan persepsi, pendapat dan pengetahuan.

Rakhmat (2001:269) mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Definisi fungsional melihat bahasa dari fungsinya, sehinggga bahasa diartikan sebagai "alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan" karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Definisi formal menyatakan bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkai supaya memberikan makna.

2.1.2.4 Komunikasi Non Verbal

Dalam kaitannya dengan bahasa, pesan-pesan non verbal masih dipergunakan karena dalam praktiknya antara pesan verbal dan nonverbal dapat berlangsung secara serentak atau simultan.

Pesan merupakan salah satu unsur dalam komunikasi. Menurut Knapp (1997:177-178) komunikasi nonverbal ada beberapa fungsi utama, yaitu :

1. Untuk menekankan. Komunikasi nonverbal digunakan untuk menekankan atau menonjolkan beberapa bagian dari pesan verbal.
2. Untuk melengkapi. Komunikasi nonverbal digunakan untuk memperkaya pesan verbal.

3. Untuk menunjukkan kontradiksi. Pesan nonverbal digunakan untuk menolak pesan verbal, atau memberikan makna lain terhadap pesan nonverbal.
4. Untuk mengatur. Komunikasi nonverbal digunakan untuk mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan komunikator untuk mengatur pesan verbal.
5. Untuk mengulangi. Pesan ini digunakan untuk mengulangi kembali gagasan yang sudah dikemukakan secara verbal.

Menurut Joseph. A DeVito, komunikasi nonverbal adalah :

"Komunikasi nonverbal dapat berupa gerakan tubuh, gerakan wajah, gerakan mata, komunikasi ruang kewilayahan, komunikasi sentuhan, parabahasa dan waktu. Seorang komunikator dituntut kemampuannya dalam mengendalikan komunikasi nonverbal yang diamati adalah gerakan tubuh (gerakan tangan, anggukan kepala dan bergegas), gerakan wajah (tersenyum, cemberut, kontak mata) dan parabahasa (suara lembut, merendahkan suara dan menaikan suara)". (De Vito, 1997:187-216)

Sedangkan menurut Stewart dan D'Angelo (1980) dalam Prof. Deddy Mulyana, berpendapat :

"Bahwa bila kita membedakan verbal dan nonverbal dan vokal dan nonvokal, kita mempunyai empat kategori atau jenis komunikasi. Komunikasi verbal/vokal merujuk pada komunikasi melalui kata yang diucapkan. Dalam komunikasi verbal/nonvokal kata-kata digunakan tapi tidak diucapkan. Komunikasi nonverbal/vokal gerutuan, atau vokalisasi. Jenis komunikasi yang keempat komunikasi nonverbal/nonvokal, hanya mencakup sikap dan penampilan"(Mulyana, 2005:112-113).

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

a. perubahan sikap (*attitude change*)
b. perubahan pendapat (*opinion change*)
c. perubaha perilaku (*behavior change*)
d. perubahan sosial (*social change*) (Effendy, 2006:8)

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

a. Menemukan.

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

b. Untuk Berhubungan.

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

c. Untuk Meyakinkan.

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

d. Untuk Bermain.

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

2.1.2.6 Lingkup Komunikasi

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

A. Bidang Komunikasi

Yang dimaksud dengan bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu

dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, Dedy Mulyana membagi komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

1) komunikasi sosial (*social communication*)
2) komunikasi organisasi atau manajemen (*organizational or management communication*)
3) komunikasi bisnis (*business communication*)
4) komunikasi politik (*political communication*)
5) komunikasi internasional (*international communication*)
6) komunikasi antar budaya (*intercultural communication*)
7) komunikasi pembangunan *(development communication*)
8) komunikasi tradisional (*traditional communication*) (Mulyana, 2000: 236)

B. Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1.komunikasi verbal (*verbal communicaton*)

a. komunikasi lisan

b. komunikasi tulisan

2. komunikasi nirverbal (*nonverbal communication*)

a. kial (gestural)

b. gambar (pictorial)

3. tatap muka (*face to face*)

4. bermedia (*mediated*) (Mulyana, 2000: 237)

C. Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut:

1. Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)
   a. komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)
   b. komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
   a. komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)
   b. komunikasi kelompok besar (*big group communication*)
3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
   a. komunikasi media massa cetak (*printed mass media*)
   b. komunikasi media massa elektronik (*electronic mass media*) (Effendy, 2003)

D. Fungsi Komunikasi

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

a. Menginformasikan (*to Inform*)

b. Mendidik (*to educate*)

c. Menghibur (*to entertaint*)

d. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003:55)

E. Teknik Komunikasi

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

a. Komunikasi informastif (*informative communication*)

b. Persuasif (*persuasive*)

c. Pervasif (*pervasive*)

d. Koersif (*coercive*)

e. Instruktif (*instructive*)

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

F. Metode Komunikasi

Istilah metode dalam bahasa Inggris "*Method*" berasal dari bahasa Yunani "*methodos*" yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis.

Atas dasar pengertian diatas, metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang teroganisaasi menurut Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:

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

2.1.3 Tinjuan Tentang Komunikasi Intrapersonal

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapribadi (*Intrapersonal Communication*) adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan sebagai komunikator maupun sebagai 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 jadi orang kaya, melamun kawin lagi dan sebagainya. 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 dahulu. Disaat kita sedang berbicara kepada diri kita sendiri, sedang melakukan perenungan, perencanaan, dan penilaian pada diri kita terjadi proses neuro-fisiologis yang membentuk 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 berasa, bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan bereaksi di lingkungan kita.

2.1.3.2 Ruang Lingkup Komunikasi Intrapersonal

Dalam komunikasi intrapersonal, akan dijelaskan bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan menghasilkannya kembali. Proses pengolahan informasi, yang di sini kita sebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

1.Sensasi

Sensasi berasal dari kata ―sense‖ yang artinya alat pengindraan, yang menghubungkan organisme 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. Definisi sensasi, fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan sangat penting. Kita mengenal lima alat indera atau pancaindera. Kita mengelompokannya pada tiga macam indera penerima, sesuai dengan sumber informasi

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, seperti juga sensasi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. Faktor lainnya yang memengaruhi persepsi, yakni perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesdaran pada saat stimuli lainnya.

1. Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perharian 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 memerharikan stimuli yang menonjol dari stimuli yang lain.
c. Kebauran (*Novelty*), hal-hal yang baru dan luar biasa, yang beda, akan menarik perhatian.
d. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali bila disertai sedikit variasi akan menarik perhatian.

2. Faktor Internal Penaruh 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 memengaruhi perhatian kita adalah :

a. Faktor-faktor Biologis
b. Faktor-faktor Sosiopsikologis.
c. Motif Sosiogenis, sikap, kebiasaan , dan kemauan, memengaruhi 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 interprestasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.
3. Dalil persepsi yang ketiga : Sifat-sifat perseptual 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 diperngaruhi oleh keanggotaan kelompolmua 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 bagian dari

struktur yang sama. Dalil ini umumnya betul-betul bersifat structural dalam mengelompokkan objek-objek fisik, seperti titik, garis, atau balok.

Pada persepsi sosial, pengelompokan tidak murni *structural*; 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 ditangapi 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 system yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing

perilakunya (Schlessinger dan Groves). Memori meleawai tiga proses:

1. Perekaman (*encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor inera dan sirkit saraf internal.
2. Penyimpanan (*strorage*) adalah menentukan berapa lama informasi itu berada berserta kita, dalam bentuk apa, dan di mana.
3. Pemanggilan (*retrieval*), dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi, adalah menggunakan informasi yang disimpan. Pemanggilan diketahui dengan empat cara :

1. Pengingatan (*Recall*), Proses aktif untuk menghasilkan kembali fakta dan informasi secara verbatim (kata demi kata), tanpa petunjuk yang jelas.
2. Pengenalan (*Recognition*), Agak sukar untuk mengingat kembali sejumlah fakta;lebih mudah mengenalnya.
3. Belajar kembali (*Relearning*), Menguasai kembali pelajaran yang sudah kita peroleh termasuk pekerjaan memori.
4. Redintergrasi (*Redintergration*), Merekontruksi seluruh masa lalu dari satu petunjuk memori kecil.

Ada tiga teori yang menjelaskan memori :

a. Teori Aus (*Disuse Theory*), memori hilang karena waktu. William James, juga Benton J. Underwood membuktikan

dengan eksperimen, bahwa "*the more memorizing one does, the poorer one's ability to memorize*" makin sering mengingat, makin jelek kemampuan mengingat.

b. Teori Interferensi (*Interference Theory*), Memori merupakan meja lilin atau kanvas. Pengalaman adalah lukisan pada menja lilin atau kanvas itu. Ada 5 hal yang menjadi hambatan terhapusnya rekaman : Interferensi, inhibisi retroaktif (hambatan kebelakang), inhibisi proaktif (hambatan kedepan), hambatan motivasional, dan amnesia.

c. Teori Pengolahan Informasi (*Information Processing Theory*), menyatakan bahwa informasi mula-mula disimpan pada *sensory storage* (gudang inderawi), kemudian masuk short-term memory (STM, memory jangka pendek; lalu dilupakan atau dikoding untuk dimasukan pada *Long-Term Memory* (LTM, memori jangka panjang).

4. Berpikir

Dalam berpikir kita melibat semua proses yang kita sebut sensasi, persepsi, dan memori. Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsure-unsur lingkungan dengan menggunakan lambing-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan

kegiatan yang tampak. Berpikir menunjukan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Berpikir kita lakukan untuk memahami relaitas 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 *autistic* perang melarikan diri dari kenyataan dan melihat hidup sebagai gambar-gambar fantastis.
2. Berpikir realistis, disebut juga nalar (*reasoning*), ialah berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata. Floyd L. Ruch, menyebutkan tiga macam berpikir realistis
    1. Berpikir deduktif, artinya mengambil kesimpulan dari dua pernyataan, dalam logika disebutnya silogisme.
    2. Berpikir Induktif, artinya Dimulai dari hal-hal yang khusus kemudian mengambil kesimpulan umum; kita melakukan generalisasi.
    3. Berpikir evaluatif, artinya berpikir kritis, menilai baik-buruknya, tepat atau tidaknya suatu gagasan, kita tidak

menmbah atau mengurangi gagasan, namun menilainya menurut kriteria tertentu. Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil beraneka ragam. Tanda-tanda umumnya:

a. Keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual.

b. Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif.

c. Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaanya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

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

1. Kognisi, kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki.
2. Motif, sangat 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 informasi 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 faktor personal dan situasional. Menurut Coleman dan Hammen, faktor yang secara umum menandai orang-orang kreatif adalah :

1. Kemampuan Kognitif : Termasuk di sini kecerdasan di atas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksibilitas kognitif.

2. Sikap yang terbuka : orang kreatif mempersiapkan dirinya menerima stimuli internal maupun eksternal.
3. Sikap yang bebas, otonom, dan percaya pada diri sendiri : orang kreatif ingin menampilkan dirinya semampu dan semaunya, ia tidak terikat oleh konvensi-kovensi. Hal ini menyebabkan orang kreatif sering dianggap ―nyentrik‖ atau gila.
4. Selain faktor lingkungan psikososial, beberapa peneliti menjukan adanya faktor situasional lainnya. Maltzman menyatakan adanya faktor peneguhan dari lingkungan. Dutton menyebutkan tersedianya hal-hal istimewa bagi manusia kreatif, dan Silvano Arieti menekankan faktor isolasi dalam menumbuhkan kreativitas.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Transendental

Sebagai makhluk sosial, kita perlu berhubugan, bergaul dengan sesama manusia lain. Itu merupakan sisi dinamis dari manusia. Hubungan yang dilakukan atau dijalin setiap saat merupakan kegiatan berkomunikasi

Dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah komunikasi antarpersona, komunikasi intra persona, dan komunikasi isyarat. Sedangkan komunikasi yang dilakukan antara manusia dengan Tuhannya, dalam ilmu komunikasl disebut komunikasi transendental. Keempat bentuk komunikasi tersebut dalam istilah Islam dikenal dengan sebutan hablu minnallah dan habluminannas.

Komunikasi transendental memang tidak pernah dibahas secara luas, cukup dikatakan bahwa komunikasi transendental adalah komunikasi antara manusia dengan Tuhan, dan karenanya masuk dalam bidang agama.

Prof. Deddy Mulyana, pakar ilmu komunikasi, mengatakan bahwa bentuk komunikasi ini paling sedikit dibicarakan dalam disiplin ilmu komunikasi, tetapi justru bentuk komunikasi inilah yang terpenting bagi manusia. Karena keberhasilan manusia melakukannya tidak saja menentukan nasibnya di dunia tetapi juga di akhirat. Dalam komunikasi transendental, tanda-tanda atau lambang-lambang Tuhan lazim disebut kitab-kitab Tuhan. Karena dalam kitab-kitab tercantum dengan rinci bagaimana luasnya alam semesta yang bisa kita lihat dengan kasat mata dan menjelaskan pula tentang alam barzah, alam akhirat, surga dan neraka sebagai alam ghaib.

Transenden berasal dari kata latin yaitu "*trancendere*" yang berarti mengatasi. Atau juga "*transein*" dari kata latin "*Transi-ire*", artinya melewati, menyebrangi, atau beralih.

Menurut arti pokok, sebaiknya transendensi tidak dipahami secara spasial. Transendensi terutama menunjukkan kegiatan terhadap yang lain. Manusia dengan sungguh-sungguh membuat yang lain menjadi yang lain. Ia mempengaruhi yang lain, memberikan arti dan harga kepadanya, serta memberikan hidup. Singkatnya, ia

menyebabkan. Aspek inilah didalam kegiatan manusia diungkapkan dengan istilah "*Intensionalitas*".

Sebenarnya, selain transendensi pada manusia juga terdapat atau kegiatan imanen. Di mana manusia membuat dirinya sendiri, dan seluruh kegiatannya dengan hasilnya membangun keunikannya sendiri. Imanen berasal dari kata latin "*immanere*" yang berarti 'tinggal di dalam'.

Imanensi dan transendensi di dalam kegiatan manusia tidak saling bertentangan. Manusia tidak pernah hanya mengikuti diri dan lepas dari yang lain. Tidak ada kegiatan manusia imanen belaka, dengan hanya menghasilkan diri sendiri saja, selalu saja melibatkan yang lain. Sebaliknya manusia tidak selalu melakukan kegiatan transenden saja, tanpa berpengaruh atau berakibat apa pun terhadap dirinya sendiri. Imanensi dan transendensi saling mengandaikan dan saling mensyaratkan di dalam kegiatan apa pun.

Kegiatan imanen dan transenden saling memuat, maka mereka sama rata pula. Sejauh manusia menyebabkan yang lain, begitu jauh manusia juga mengadakan diri sendiri, dan sebaliknya. Yang satu menjadi syarat untuk yang lainnya. Mereka hanya berdistingsi logis, dan menurut realitasnya kedua aspek itu identic.

Pengakuan akan diri dan yang lain bukan merupakan dua cabang atau bagian dari satu pengakuan. Hanya berupa dua aspek yang

saling memuat dan saling melengkapi dengan sejajar. Kegiatan sendiri itu satu saja. Maka juga, isi pengakuan rangkap itu bukan dibagi dua, melainkan menjadi satu pula.

Berdasarkan kesatuan itu, maka yang manusia berikan kepada yang lain tidak berbeda dengan yang manusia merikan kepada dirinya sendiri, yaitu seluruh diri manusia. Kegiatan yang transenden juga memuat seluruh diri manusia, yang manusia tuangkan pada yang lain pula.

Konstruksi bidang kajian komunikasi transcendental merupakan bidang kajian baru, walau belum ada kesepakatan tentang pisisi kajian ini dalam ilmu komunikasi. Akan tetapi, paling tidak memberikan wawasan baru pada kita akan bahasan yang belakang ini banyak dikaji dari berbagai sisi.

Komunikasi transcendental, bila dikaji dari sisi *science* dengan menggunakan ukuran Aristotelian logic yang melahirkan pandangan postivistik-rasional, di mana *science* selalu berlandaskan pada sesuatu yang dapat diamati dengan bertumpu pada kemampuan indra manusia tidak akan mampu mengkaji komunikasi transcendental.

Dalam kajian ini, analisis akan dimulai dengan mengemukakakn “tawaran” alternative dari paling tidak dua sudut pandang yang berbebeda dengan memberikan argument dari masing-

masing sudut pandang tersebut untuk dapat menghasilkan sebuah pandangan “baru” tentang komunikasi transendental.

Dari alternative yang dikemukakan, bahaasan yang mungkin sedikit berbelit adalah metodologi yang digunakan. Sebab, komunikasi transcendental, selain merupakan kajian komunikasi yang belum banyak dijamah akan menggunakan pengukuran-pengukuran yang cenderung subjektif, fenomenal, apriori, *insight* radikal, *verstehen*, dan reduksi fenomenal dengan menggunakan paradigma filsafat islam, filsafat metafisika, sosialogi fenomenologi, psikologi kognitif/transendental, dan antropologi metafisika.

Mengutip pendapat Thomas Khun bahwa dalam sejarahnya, perkembangan keilmuan tidak harus selalu berada pada alur yang telah disepakati para ilmuan dalam koridor *normal science*. Revolusi keilmuan, bukan hanya memberikan penyemerataan terhadap sesuatu yang telah ada, melainkan memberikan bantahan falsifikasi.

Dalam telaah literer ditemukan landasan ilmiah komunikasi transendental, yaitu filsafat islam, filsafat metafisika, sosiologi fenomenologi, psikologi kognitif/transendental, dan antropologi metafisika. Visualisasi dapat dilihat dalam model pengaruh ilmu dalam komunikasi transendental.

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Transendental

Komunikasi transendental dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung di dalam diri, dengan sesuatu di luar diri yang disadari keberadaannya oleh individu karena adanya kesadaran tentang adanya esensi di balik eksistensi. Dan dapat di definiskan sebagai berikut :

1. Perspektif filsafat islam : komunikasi antara hamda dan sesuatu yang supranatural yang berpusat pada hati nurani
2. Perspektif filsafat metafisika : komunikasi dengan sesuatu di balik fisika, terhadap sesuatu yang transenden, di luar diri manusia.
3. Perspektif sosiologi fenomenologi : komunikasi intrasubjektif yang membentuk setiap orang.
4. Perspektif psikologi kognitif/transendental : komunikasi dengan sesuatu diatas pikiran, kekuatan lain di lura diri manusia yang dapat dirasakan kehadirannya .
5. Perspektif antropologi metafisika : komunikasi dengan seuatu yang esensi, sesuatu yang ada di balik eksistensi.

2.1.4.2 Ciri-ciri Komunikasi Transendental

Dapat dilihat beberapa ciri-ciri komunikasi transcendental yang dikemukakan para ahli seperti berikut :

1. Fenomenal (Edward Husserl dalam Stephen W. Littlejohn 1996: 204)
2. Individual (Edward Husserl dalam Stephen W. Littlejohn 1996: 204; dalam Joseph Staubhaar, 1996: 19)
3. Disadari (Littlejohn, 1996: 204; Anton Baker, 2000: 16)
4. Implisit/memenuhi syarat-syarat *apriori* (Anton Baker, 2000: 16)
5. *Live –World* (Holistic) (Anton Baker, 2000: 16)
6. Spontan (Anton Baker, 2000: 16)
7. *Reflection Seconde*- duijabarkan sebagai refleksi '*insight'* radikal (Gabriel Marcell dalam Anton Baker, 2000: 14)
8. Reduksi dari fenomena (Anton Baker, 2000: 15)

2.1.5 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti, maksud pembicara atau penulis. Menurut A.M. Moefad, Pengerti mendefinisikan sebagai, kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik. Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Ringkasnya konstruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa. Konsep konstruksi makna bisa berubah, dan akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep

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

Pembentukan makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna tidak akan sama atas setiap individu walaupun objek yang dihadapinya adalah sama. Pemaknaan terjadi karena cara dan proses berfikir adalah unik pada setiap individu yang akan menghasilkan keragaman dalam pembentukan makna.

A. Memahami Makna

Upaya memahami makna, sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik perhatian disiplin komunikasi, psikologi, sosiologi, antropologi, dan linguistik. Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Profesor Deddy Mulyana menyatakan:

> "Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih. (Mulyana, 1944:6)"

Juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3), Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna. Selama lebih dari 2000 tahun, kata Fisher (1986), konsep makna telah memukau para filsuf dan sarjana-sarjana sosial. Makna, ujar Spradley (1997), menyampaikan pengalaman sebagian besar umat manusia disemua masyarakat. Tetapi, apa makna dari makna-makna itu sendiri? Bagaimana kata-kata dan tingkah laku serta objek-objek menjadi bermakna? dan Bagaimana kita menemukan makna dari berbagai hal itu? Pertanyaan ini merupakan salah satu problem besar dalam filsafat bahasa dan semantic general.

Begitu banyak orang mengulas makna, kata Rakhmat (1994:277), sehingga makna hampir kehilangan maknanya. Banyak di antara penjelasan tentang makna terlalu kabur dan spekulatif,‖ kata Katz (1973:42). Penelitian yang dilakukan terhadap kondisi lahiriah komunikasi dan hasil usaha para ahli teknik sistem komunikasi telah memberikan sedikit pengertian kepada masalah ini, tetapi hanya sampai pada ukuran yang sangat terbatas.

Para ahli mengakui, istilah makna (*meaning*) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meaning of Meaning*, Ogden dan Richard (1972:186-187) telah mengumpulkan tidak kurang dari 22 batasan mengenai makna. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah, sebab bentuk ini

mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Alex Sobur (2013:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita gunakan untuk mereproduksi, dibenak pendengar, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.
b. Makna berubah. Kata-kata relative statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya

masuk akal bila mana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.

d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.

e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata, sesuatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.

f. Makna dikomunikasikan hanya sebagaian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Atheis

Atheist adalah sebuah pandangan filosofi yang tidak memercayai keberadaan Tuhan dan dewa-dewi ataupun penolakan terhadap teisme. Dalam pengertian yang paling luas, ia adalah ketiadaan kepercayaan pada keberadaan dewa atau Tuhan.

Orang yang pertama kali mengaku sebagai atheist muncul pada abad ke-18. Istilah *atheist* sendiri berasal dari bahaya Yunani (*atheois*), yang secara peyoratif digunakan untuk merujuk pada siapapun yang kepercayaannya bertentangan dengan agama atau kepercayaan yang sudah ada di lingkungannya. Dengan menyebarkan pemikiran bebas, skeptisisme ilmiah, dan kritik terhadap agama, istilah *atheist* mulai dispesifikasi untuk merujuk kepada mereka yang tidak percaya kepada tuhan. Banyak *Atheist* bersikap skeptis kepada keberadaan fenomena paranormal karena kurangnya bukti empiris. Yang lain memberikan argumen dengan dasar filosofis, sosial, atau sejarah. Pada kebudayaan Barat, ateis seringkali diasumsikan sebagai tak beragama (ireligius).

Beberapa aliran Agama Buddha tidak pernah menyebutkan istilah 'Tuhan' dalam berbagai upacara ritual, namun dalam Agama Buddha konsep ketuhanan yang dimaksud mempergunakan istilah Nibbana. Karenanya agama ini sering disebut agama ateistik. Walaupun banyak dari yang mendefinisikan dirinya sebagai ateis cenderung kepada filosofi sekuler seperti humanisme, rasionalisme, dan naturalisme, tidak ada ideologi atau perilaku spesifik yang dijunjung oleh semua *Atheist*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Di dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar lebih terarah. Oleh karena itu di butuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Fokus pada penelitian yang akan dilakukan adalah Konstruksi Makna. Konstruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa. Konsep konstruksi makna bisa berubah, dan akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada.

Untuk menganalisa hasil penelitian ini, peneliti memutuskan bahwa Teori Konstruksi Realitas Sosial, adalah sebuah teori yang dapat mendukung penilitian ini. Berikut akan dijelaskan oleh peneliti secara satu per satu.

2.2.1.1 Kontruksi Realitas Sosial

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

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

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

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

pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut.

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

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna mengenai *atheist* bagi kaum *atheist* di Kota Bandung. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang *atheist* (subjektiv) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna *atheist* yang mereka pahami (objektif) .

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

1. Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. **—** "*Man is a social product*"
2. Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. **—**"*Society is a human product*".

3. Objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. "*Society is an objective reality*".

Melalui proses internalisasi atau sosialisasi inilah orang menjadi anggota masyarakat. dalam tradisi psikologi sosial, Berger dan Luckman (1966) sebagaimana dikutip oleh Margaret Poloma menguraikan :

"Sosialisasi primer sebagai sosialisasi awal yang dialami individu di masa kecil, disaat mana dia diperkenalkan pada dunia sosial obyektif. Individu berhadapan dengan orang lain yang cukup berpengaruh (orang tua atau pengganti orang tua), dan bertanggung jawab terhadap sosialisasi anak. Batasan realitas yang berasal dari orang lain yang cukup berpengaruh itu dianggap oleh si anak sebagai realitas obyektif." (Margaret, 1979 : 304)

Karena realitas yang ada tidak mungkin diserap dengan sempurna maka si anak akan menginternalisir penafsiran terhadap realitas tersebut. Setiap orang memiliki "versi" realitas yang dianggapnya sebagai cermin dari dunia obyektif. Dengan demikian Berger dan Luckmann menekankan eksistensi realitas sosial berganda. Berger dan Luckmann (1966) menyatakan :

"Realitas obyektif dapat langsung diterjemahkan ke dalam realtias subyektif, dan begitu pula sebaliknya. Menurut mereka realitas subyektif dan obyektif memang bersesuaian satu sama lain, tetapi selalu ada realitas yang lebih obyektif yang dapat diinternalisisr oleh seorang individu saja" (Margaret, 1979 : 305)

Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas subyektif yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama – sama memahami realitas obyektif yang sama.

Eksternalisasi, merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi yang tidak sempurna dan secara bersama-sama membentuk realitas baru dan individu menyesuikan dirinya didalam konteks sosial.

Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen – fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik – karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (*eksternalisasi*) dan (*internalisasi*) dan obyektivikasi manusia terhadap pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari atau secara sederhana, *eksternalisasi* dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*.

Terbentuknya realitas obyektif bisa melalui legitimasi. Legitimasi merupakan obyektivikasi makna, karena selain menyangkut penjelasan juga mencakup nilai-nilai. Legitimasi berfungsi untuk membuat obyektivikasi yang sudah melembaga menjadi masuk akal secara subyektif.[1]

Menurut Peter Berger dan Luckmann (1979) di sisi sebaliknya, masyarakat yaitu individu-individu sebagai realitas subyektif

[1] http://kuliahsosiologi.blogspot.co.id/2011/05/masyarakat-sebagai-realitas-objektif.html

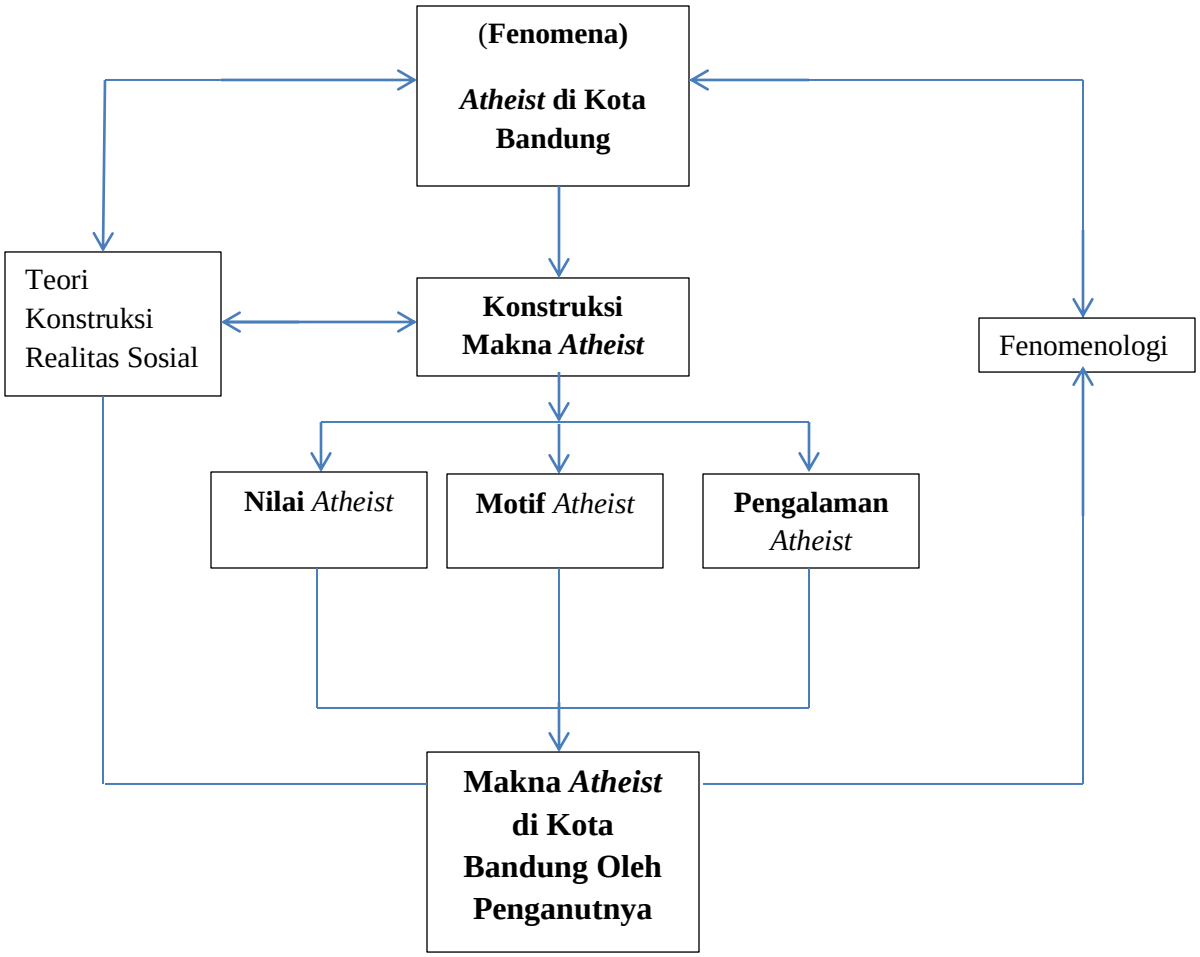
menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi. Individu berupaya memahami definisi "realitas obyektif" namun lebih dari itu, individu turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat.

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

Dalam penelitian ini, peneliti akan memaknai arti dari konstruksi makna *atheist* di kota Bandung oleh penganutnya dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teori konstruksi realitas sosial sebagai panduan dalam mengungkapkan pemaknaan *atheist* tersebut tentang nilai-nilai *atheist*, motif menjadi *atheist*, serta pengalaman menjadi seorang *atheist*. Jadi, dalam kerangka pemikiran konseptual, jika di aplikasikan, proses konstruksi makna tentang *atheist* dapat digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran di bawah ini :

Gambar 2.1

Model Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2016