BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Peneltian Terdahulu

Dalam skripsi ini, peneliti mengangkat sebuah tema dengan judul "Perilaku Komunikasi Etnis Keturunan Tionghoa di Kota Bogor" (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Keturunan Tionghoa di Kota Bogor dengan Masyarakat Pribumi dalam Perayaan Cap Go Meh). Pada penelitian sebelumnya, penelitian dengan tema yang membahas mengenai perilaku komunikasi telah banyak dilakukan, namun perbedaan terletak pada objeknya berbeda di setiap penelitiannya.

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan sebelumnya yang mirip dengan penelitian yang di teliti mengenai pembahasan perilaku komunikasi. Peneliti mencari penelitian terdahulu melalui *internet searching* lalu datang langsung ke perpustakaan. Berikut ini merupakan judul penelitian yang menjadi bahan tinjauan terdahulu peneliti, diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rosita Sari tahun 2015, dengan judul "Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom" (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom)

Penelitian oleh Erwin Wijaya pada tahun 2014, dengan judul "Barongsai Sebagai Pertunjukkan Komunikasi Budaya Etnis Tionghoa" (Studi Etnografi Komunikasi mengenai Barongsai sebagai Pertunjukkan Komunikasi Budaya Etnis Tionghoa pada Tim Liong Barongsai Dharma Ramsi).

Penelitian oleh Chandra Kirana tahun 2003, dengan judul "Perilaku Komunikasi Pada Kelompok Etnis Tionghoa" (Studi Mengenai Perilaku *Self-disclosure* Pada Kalangan Etnis Tionghoa di Jakarta).

Untuk lebih jelasnya, peneliti membuat tabel perbandingan penelitian terdahulu tersebut pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dewi Rosita Sari	2015	Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa Unikom	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial *Tinder* yang dalam hal ini merupakan mahasiswa Unikom, berinteraksi dan melakukan tindakan-tindakan di media sosial *Tinder* untuk mendapat suatu hubungan yang lebih dari sekedar pertemanan. Selain itu juga mengingat media sosial *Tinder* juga dibuat bagi siapa saja yang ingin berteman bahkan mencari pasangan.	Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai perilaku komunikasi dan metode penelitian yang digunakan menggunakan studi deskriptif	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti aplikasi media sosial *Tinder*, dan penelitian yang hendak dilakukan akan meneliti mengenai komunitas

				Namun tidak semua pengguna media sosial *Tinder* ini menjalin hubungan asmara dengan lawan bicaranya.		keturunan Tionghoa
2	Erwin Wijaya	2014	Barong sebagai Pertunjukkan Komunikasi Budaya Etnis Tionghoa (Studi Etnografi Komunikasi mengenai Barongsai sebagai Pertunjukkan Komunikasi Budaya Etnis Tionghoa pada Tim Liong Barongsai Dharma Ramsi)	Hasil dari penelitian ini melahirkan tiga indikator mikro yang terdiri dari situasi, peristiwa dan tindak yang komunikatif kepada penontonnya. Sisi situasi komunikatif penelitian ini terdiri dari proses persiapan dan pertunjukkan. Dari sisi peristiwa komunikatif terbagi menjadi tujuh, yakni *setting*, partisipan, tujuan, tahapan, acuan, bentuk pesan, aturan dan mitos. Lalu yang terakhir tindak komunikatif yang merupakan pesan komunikasi non verbal dari tiap gerakan Barongsai. Hasilnya adalah interaksi dan komunikasi yang atraktif kepada penonton, sebagai sarana penyampaian pesan yang menurut mitos etnis Tionghoa diyakini sebagai alat pengusir roh jahat, dan dari gerakan-gerakan yang dilakukan sarat pesan komunikasi non verbal yang menggambakan kehidupan singa dan penampilan yang	Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai kebudayaan dari etnis Tionghoa	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti Barongsai, dan penelitian yang hendak dilakukan akan meneliti mengenai komunitas keturunan Tionghoa. Selain itu, metode penelitian yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian etnografi komunikasi,sedangkan penelitian yang hendak dilakukan menggunakan metode penelitian studi deskriptif

				didominasi oleh warna merah yang melambangkan kebahagiaan.		
3	Chandra Kirana	2003	Perilaku Komunikasi Pada Kelompok Etnis Tionghoa (Studi Mengenai Perilaku *Self-disclosure* Pada Kalangan Etnis Tionghoa di Jakarta)	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa identitas etnisitas (ketionghoaan) yang utama ditentukan oleh asal usul kelahiran, yang lainnya berdasarkan pada tradisi dalam keluarga. Selain itu, terkadang identitas etnis tersebut ditentukan oleh cap sosial (*labeling*) ataupun oleh peraturan hukum tertentu. Selain itu, studi ini menemukan bahwa dalam berinteraksi, informan melakukan kegiatan interaksi yang tidak terbatas pada kalangan mereka sendiri (sesama Tionghoa). Mereka berinteraksi dengan warga Pribumi serta memiliki kegiatan (ruang/tempat) yang notabene tidak didominasi oleh warga Tionghoa saja.	Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai perilaku komunikasi pada kelompok keturunan etnis Tionghoa.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian yang meneliti permasalahan dengan menggunakan pendekatan kualitatif – konstruktivistik khususnya dalam mengetahui perilaku *self-disclosure* di kalangan etnis Tionghoa tersebut.

(Sumber: Peneliti 2016)

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Sebagai manusia yang pastinya hidup bermasyarakat dengan manusia yang lainnya, komunikasi tidaklah dapat tidak kita hindari. Komunikasi akan selalu ada di dalam kehidupan manusia yang pada hakikatnya merupakan makhluk yang sosial atau makhluk yang tidak dapat hidup tanpa adanya bantuan dari orang lain di sekelilingnya. Komunikasi berarti juga suatu proses interaksi yang memungkinkan seseorang untuk menyampaikan gagasan pikiran, aspirasi dan lain sebagainya agar seseorang yang menjadi lawan bicaranya mengerti dan terpengaruhi sehingga terjadi suatu umpan balik. Dengan berkomunikasi, maka seseorang dikatakan sedang berinteraksi dengan manusia lainnya.

Berikut adalah pengertian komunikasi seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*":

> "Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis"* yang berarti sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan" (Effendy, 2003:30)

Sedangkan menurut pendapat Everett M. Rogers seperti yang dikutip oleh Deddy Mulyana menjelaskan bahwa:

> "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Rohim, 2009:9)

Dari definisi diatas kita mendapatkan beberapa gambaran dasar mengenai apa itu komunikasi, walaupun masing-masing definisi tersebut memiliki pengertian yang beragam satu dengan lainnya. Dari kedua definisi diatas tersebut dapat diambil suatu analisis sederhana bahwa komunikasi memiliki tujuan yaitu untuk mengubah perilaku yang menjadi target komunikasinya.

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut, ”*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?*” yaitu:

1. Komunikator

   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara, 2005:81)

2. Pesan

   Pesan (*message*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal. (Cangara, 2005:93)

3. Media

   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara, 2005:119)

4. Komunikan

   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, *decoder*, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara, 2005:135)

5. Efek

   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara, 2005:147)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)

   Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan, serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan. Dalam hal ini, komunikator yang mana merupakan etnis dari keturunan Tionghoa, berupaya untuk menginformasikan berbagai macam pesan-pesan yang terdapat dalam perayaan Cap Go Meh kepada komunikannya yang mana komunikan tersebut adalah penonton. Perayaan

Cap Go Meh khususnya di kota Bogor sendiri tidak hanya dihadiri oleh masyarakat pribumi, tapi juga dari keturunan Tionghoa itu sendiri.

2. Mendidik (*to educate*)

   Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau saling bertukar pengetahuan. Akibatnya kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel. Perayaan Cap Go Meh ini memberikan edukasi kepada penontonnya dengan menghadirkan berbagai macam pertunjukkan seperti pertunjukkan barongsai, tari-tarian dan ritual-ritual dari kebudayaan suku etnis Tionghoa kepada para penonton baik itu warga pribumi maupun warga luar daerah yang datang ke Bogor.

3. Menghibur (*to entertain*)

   Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Dari interaksi tersebut menimbulkan suatu reaksi yang interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan. Sebagai kegiatan yang menjadi agenda tahunan kebudayaan suku etnis Tionghoa khususnya di kota Bogor, perayaan Cap Go Meh menjadi salah satu hiburan bagi masyarakatnya karena menghadirkan sesuatu yang unik yang hanya terjadi tiap tahunnya. Hal itulah yang menjadi salah satu tujuan dari perayaan Cap Go Meh ini yaitu untuk menghibur para penontonnya.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

   Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan. Perayaan Cap Go Meh di kota Bogor yang dilakukan oleh warga etnis keturunan Tionghoa tersebut dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat kota Bogor terutama dari sisi keragaman budaya, karena dari perayaan yang diselenggarakan hanya setahun sekali tersebut, kota Bogor juga semakin kaya akan aneka ragam budayanya. Perayaan ini juga menjadi sarana penyampaian pesan-pesan komunikatif kebudayaan Tionghoa dari berbagai pertunjukkan yang digelar. Hal tersebut mempengaruhi komunikan khususnya masyarakat pribumi untuk datang ke perayaan Cap Go Meh tersebut. (Effendy, 2003:55)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarbudaya

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antarbudaya

Suatu pembahasan mengenai komunikasi antarbudaya pastinya tidak dapat dielakan dari pengertian kebudayaan atau budaya. Komunikasi dan kebudayaan bukan hanya sekedar dua kata yang berbeda tetapi merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan.

Adapun Lustig dan Koester dalam bukunya "*Intercultural Communication Competence*" pada tahun 1993 mengatakan:

> "Komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, interpretatif, transaksional, kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan tertentu memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan". (Lustig dan Koester, 1993)

Pendapat lainnya mengenai komunikasi antarbudaya menurut Charley H. Dood yaitu:

> "Komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta".
> (Dood, 1991:5)

Sedangkan menurut Liliweri:

> "Komunikasi antarbudaya merupakan pembagian pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan atau tertulis atau metode lainnya yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budayanya". (Liliweri, 2013:9)

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Antarbudaya

Fungsi komunikasi antarbudaya menurut Liliweri terbagi menjadi dua, yaitu fungsi pribadi dan fungsi sosial.

- Fungsi Pribadi

Fungsi pribadi merupakan fungsi-fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari seorang individu. Adapun fungsi pribadi sendiri terbagi atas 4 elemen, yaitu:

1. Menyatakan identitas sosial

   Dalam proses komunikasi antarbudaya terdapat beberapa perilaku komunikasi individu yang digunakan untuk menyatakan identitas diri maupun identitas sosial. Perilaku itu dinyatakan melalui tindakan berbahasa baik secara verbal maupun nonverbal. Dari perilaku berbahasa itulah dapat diketahui identitas diri maupun sosial, misalnya dapat diketahui asal-usul suku bangsa, agama, maupun tingkat pendidikan seseorang.

2. Menyatakan integrasi sosial

   Inti konsep integrasi sosial adalah menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi, antar kelompok namun tetap mengakui perbedaan-perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur.

3. Menambah pengetahuan

   Komunikasi antarbudaya menambah pengetahuan bersama, saling mempelajari kebudayaan.

4. Melepaskan diri / jalan keluar

   Kita berkomunikasi dengan orang lain untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar atas masalah yang sering kita hadapi.

- Fungsi Sosial

1. Pengawasan

   Praktek komunikasi antarbudaya di antara komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan berfungsi saling mengawasi. Fungsi ini lebih banyak dilakukan oleh media massa yang menyebarluaskan secara rutin perkembangan peristiwa yang terjadi di sekitar kita meskipun peristiwa itu terjadi dalam sebuah konteks kebudayaan yang berbeda.

2. Menjembatani

   Dalam komunikasi antarbudaya, fungsi komunikasi yang dilakukan antar dua orang yang berbeda budaya itu merupakan jembatan antara mereka. Fungsi menjembatani itu dapat terkontrol melalui pesan-pesan yang mereka pertukarkan, keduanya saling menjelaskan perbedaan tafsir atas sebuah pesan sehingga menghasilkan makna yang sama.

3. Sosialisasi Nilai

   Merupakan fungsi untuk mengajarkan dan memperkenalkan nilai-nilai kebudayaan suatu masyarakat kepada masyarakat lain.

4. Menghibur

   Proses komunikasi antarbudaya memiliki fungsi menghibur. (Liliweri, 2013:36)

2.1.3.3 Unsur-Unsur Komunikasi Antarbudaya

Ada 7 unsur dalam proses komunikasi antarbudaya, antara lain:

1. Komunikator

   Komunikator dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang memprakarsai komunikasi, artinya dia mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Dalam komunikasi antarbudaya seorang komunikator berasal dari latar belakang kebudayaan tertentu, misalnya kebudayaan A yang berbeda dengan komunikan yang berkebudayaan B.

2. Komunikan

   Komunikan dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan / sasaran komunikasi dari pihak lain (komunikator). Dalam komunikasi antarbudaya, seorang komunikan berasal dari latar belakang sebuah kebudayaan tertentu, misalnya kebudayaan B.

3. Pesan / Simbol

   Dalam proses komunikasi, pesan berisi pikiran, ide atau gagasan, perasaan yang dikirim komunikator kepada komunikan dalam bentuk simbol. Simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk mewakili maksud tertentu, misalnya dalam kata-kata verbal yang diucapkan atau ditulis, atau simbol nonverbal yang diperagakan melalui gerak-gerik tubuh /

anggota tubuh, warna, artifak, gambar, pakaian dan lain-lain yang semuanya harus dipahami secara konotatif.

4. Media

   Dalam proses komunikasi antarbudaya, media merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis misalnya surat, telegram, faksimili. Juga media massa (cetak) seperti majalah, surat kabar dan buku, media massa elektronik seperti radio, televisi, video, film). Akan tetapi kadang-kadang pesan-pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama komunikasi antarbudaya tatapan muka.

5. Efek atau Umpan Balik

   Manusia mengkomunikasikan pesan karena dia mengharapkan agar tujuan dan fungsi komunikasi itu tercapai. Tujuan dan fungsi komunikasi antarbudaya antara lain memberikan informasi, menjelaskan tentang sesuatu, memberikan hiburan, berpendapat atau mengubah sikap komunikan. Umpan balik merupakan tanggapan balik dari komunikan kepada komunikator atas pesan-pesan yang telah disampaikan.

6. Suasana (*Setting* dan *Context*)

   Satu faktor penting dalam komunikasi antarbudaya adalah suasana yang disebut *setting of communication,* yakni tempat (ruang) dan waktu serta suasana (sosial, psikologis) ketika komunikasi antarbudaya berlangsung. Suasana itu berkaitan dengan waktu (jangka pendek/panjang, jam/hari/minggu/bulan/tahun) yang tepat untuk bertemu/berkomunikasi,

sedangkan tempat (rumah, kantor, rumah ibadah) untuk berkomunikasi yang berpengaruh terhadap komunikasi antarbudaya.

7. Gangguan (*Noise* atau *Interference*)

   Gangguan dalam komunikasi antarbudaya adalah segala sesuatu yang menjadi penghambar laju pesan yang ditukar antara komunikator dengan komunikan, atau yang paling fatal adalah mengurangi makna pesan antarbudaya. Gangguan dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi, misalnya komunikator, komunikan, pesan, media/saluran yang mengurangi usaha bersama untuk memberikan makna yang sama atas pesan. (Liliweri, 2013: 25)

2.1.4 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

Suatu perilaku memiliki orientasi kepada tujuan, dimana umumnya hal tersebut di motivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang di dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadi kebiasaan pelakunya.

Perilaku komunikasi dapat dilihat dari konteks sosiokultual yang mana ditemukan hubungan antara bahasa, komunikasi dan konteks kebudayaan dimana peristiwa komunikasi itu berlangsung. Dalam kajian etnografi komunikasi, perilaku komunikasi merupakan suatu perilaku yang lahir dari interaksi tiga keterampilan

yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial. Ketiga keterampilan itu terdiri dari keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan budaya.

Definisi perilaku komunikasi tidak akan lepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu. Perilaku atau tindakan komunikasi manusia berasal dari tiga sumber utama, yaitu: kebiasaan; maksud yang ada dalam benak; serta perasaan atau emosi. Perilaku dan tindakan komunikasi terkadang didasarkan pada kebiasaan, baik oleh karena dipelajari (*scripted*) atau dengan spontan dalam situasi tertentu. Perilaku dan tindakan komunikasi pun terkadang didasarkan pada maksud yang ada pada benak seseorang. Jika seseorang berkomunikasi dengan seorang dari kebudayaan lain maka ia perlu menyatakan maksud yang ada dalam benaknya. Dan jika ia hendak memberikan instruksi, maka nyatakan maksud itu dengan kata-kata yang tegas dan jelas, dan gunakan suara yang keras untuk memberikan kesan bahwa ia sedang memberikan instruksi atau perintah. (Liliweri, 2013:50)

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Non Verbal

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan non verbal. Istilah non verbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata yang terucap dan tertulis.

Komunikasi non verbal dibutuhkan khususnya dalam memahami seseorang yang berbeda latar belakang budaya. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter:

> "Komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima". (Mulyana, 2010:343)

Sementara itu, Edward T. Hall mendefinisikan komunikasi non verbal sebagai berikut:

> "Menamai bahasa non verbal ini sebagai "bahasa diam" (*silent language*) dan "dimensi tersembunyi (*hidden dimension*). Disebut diam dan tersembunyi karena pesan-pesan nonverbal tertanam dalam konteks komunikasi. Selain isyarat situasional dan relasional dalam transaksi komunikasi pesan non verbal memberi kita isyarat-isyarat kontekstual. Bersama isyarat verbal dan isyarat kontekstual, pesan non verbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi". (Mulyana, 2010:344)

Adapun definisi komunikasi non verbal menurut Liliweri:

> "Komunikasi non verbal meliputi ekspresi wajah, nada suara, gerakan anggota tubuh, kontak mata, rancangan ruang, pola-pola perabaan, gerakan ekspresif, perbedaan budaya dan tindakan-tindakan non verbal lain yang tak menggunakan kata-kata." (Liliweri, 2013:139)

Maka secara sederhana kita dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi non verbal adalah cara berkomunikasi melalui pernyataan wajah, nada suara dan semua isyarat lainnya yang tidak menggunakan kata-kata.

2.1.5.2 Klasifikasi Pesan Non Verbal

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya "*Psikologi Komunikasi*", pesan-pesan non verbal dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut:

1. **Pesan kinesik.** Pesan non verbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama seperti: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
    - 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.
    - Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna.
    - Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan. Mehrabian menyebutkan tiga makna yang dapat disampaikan postur seperti berikut:
        a. *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan dan ketidaksukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif.

b. *Power* mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Seseorang dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan orang tersebut, dan postur orang yang merendah.

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 nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan dengan cara yang berbeda.
5. **Pesan sentuhan dan bau-bauan.** Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang

melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan telah digunakan manusia untuk berkomunikasi secara sadar dan tidak sadar. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan menandai wilayah mereka, mengidentifikasikan keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis. (Rakhmat, 2013:285)

2.1.5.3 Fungsi Komunikasi Non Verbal

Ada 5 fungsi komunikasi non verbal seperti yang diutarakan Liliweri (2013) dalam bukunya "*Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*" seperti berikut:

1. Fungsi mengulang

   Pesan-pesan non verbal digunakan untuk mengulangi apa yang sudah dikatakan atau apa yang orang lain katakan secara verbal, bahkan mengulangi ungkapan pesan secara non verbal.

2. Fungsi menyisip / menyela

   Dilakukan tatkala menampilkan simbol non verbal untuk mengganti simbol verbal, seperti melakukan interupsi dalam suatu pembicaraan.

3. Fungsi Melengkapi

   Dilakukan dalam melengkapi makna yang sudah dinyatakan secara verbal, seperti memberikan ilustrasi.

4. Fungsi Menekankan

   Berfungsi memberikan tekanan kepada apa yang sudah dikatakan atau orang lain katakan, contohnya seperti mengerutkan dahi ketika ada informasi yang tidak kita mengerti.

5. Fungsi Mempertentangkan

   Berfungsi mempertentangkan pesan-pesan yang telah disampaikan secara verbal maupun non verbal, seperti menganggukkan kepala yang berarti setuju, mengerti dan menerima. (Liliweri, 2013:142)

2.1.6 Tinjauan Tentang Kelompok Etnik

Istilah kelompok etnik telah digunakan oleh para ilmuwan sosial dalam dua arti yang berbeda, yang satu luas dan lainnya sempit. Beberapa definisi yang luas cukup meliputi pengertian kelompok ras. Seperti Gordon mengartikan kelompok etnik sebagai kelompok sosial yangdapat dibedakan oleh kebudayaan, agama dan asal kebangsaan. Sedangkan ras berkaitan dengan ciri fisik yang juga mengandung di dalamnya kebudayaan, bahasa dan agama. Thomas Sowell mengemukakan bahwa kelompok agama, asal bangsa, kelompok ras, semua berada di bawah bendera yang namanya kelompok etnik. Glazzer mengemukakan bahwa kelompok etnik adalah suatu keluarga atau identitas keluarga yang meliputi agama (Belanda), bahasa (Belgia), dan semuanya yang berkaitan dengan pengertian tersebut, pengalaman sejarah, dan lain-lain. (Liliweri, 2013:138)

2.1.7 Tinjauan Tentang Keturunan Tionghoa

Berbicara mengenai Tionghoa, kebudayaan dari suku etnis Tionghoa merupakan salah satu budaya yang paling tua dan kompleks di dunia. Masyarakat keturunan Tionghoa dapat dengan mudah ditemui hampir di beberapa kota di Indonesia, hal tersebut karena orang keturunan Tionghoa banyak menyebar di beberapa kota di Indonesia, dan maka wajar jika kebudayaan Tionghoa banyak dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, kelenteng atau vihara yang dibangun di berbagai kota tersebut membuat masyarakat pribumi semakin lama menjadi mengenal ritual dan juga budaya Tionghoa.

Leluhur dari suku Tionghoa atau yang berasal dari negara Tiongkok mulai berbermigrasi ke Indonesia terjadi sekitar pada abad ke 16-19 masehi. Pada awalnya, mereka datang ke Indonesia dengan tujuan awal untuk berdagang atau berniaga. Mengetahui ramainya situasi perdagangan di daerah pesisir tenggara Tiongkok, menyebabkan banyak orang yang tinggal di daerah pesisir Tiongkok tersebut ingin ikut berlayar untuk berdagang. Tujuan utama mereka saat itu adalah Asia Tenggara, karena kegiatan pelayaran sangat tergantung pada angin musim. Setiap tahunnya para pedagang akan bermukim di wilayah-wilayah yang mereka singgahi. (3)

2.1.8 Tinjauan Tentang Masyarakat Pribumi

Manusia merupakan makhluk sosial yang dituntut untuk selalu melakukan interaksi antara satu dengan lainnya. Setelah ada keluarga sebagai suatu sistem ikatan terkecil di dalam lingkup kehidupan. Dalam perkembangannya, dari beberapa orang yang berada dalam lingkup keluarga tersebut akan menjadi bagian yang membentuk suatu ikatan sosial yang lebih besar lagi yang bernama masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah pribumi sendiri memiliki arti yaitu penghuni asli, yakni orang yang berasal dari tempat atau dari suatu negara yang bersangkutan. Dari makna tersebut, pribumi berarti penduduk yang asli (lahir, tumbuh, dan berkembang) berasal dari tempat negara tersebut berada. Namun pendapat yang beredar luas di Indonesia mengenai istilah pribumi dan non-pribumi adalah pribumi didefinisikan sebagai penduduk Indonesia yang berasal dari suku-suku asli (mayoritas) di Indonesia. Sehingga, penduduk Indonesia khususnya keturunan Tionghoa, sering dikelompokkan sebagai non-pribumi meski telah beberapa generasi dilahirkan di Indonesia. Pendapat seperti itu karena sentimen masyarakat luas yang cenderung mengklasifikasikan penduduk Indonesia berdasarkan warna kulit mereka. (4)

Masyarakat terbentuk karena adanya tujuan bersama yang melahirkan hubungan fungsional komplementer. Masyarakat di kota Bogor merupakan masyarakat dengan penduduk yang mayoritas berasal dari suku Sunda. Itu dikarenakan sejarah kota Bogor yang dikenal sebagai pusat Kerajaan Pakuan –

Pajajaran. Seiring dengan berjalannya waktu dan juga pertumbuhan penduduk yang semakin padat, masyarakat di kota Bogor pun menjadi semakin beragam. Hal tersebut yang ditandai dengan banyaknya masyarakat pendatang dari luar kota Bogor dengan kultur yang berbeda-beda. Dengan semakin majemuknya suku-suku etnis yang terdapat di kota Bogor, maka menarik untuk diteliti mengenai bagaimana perilaku komunikasi etnis keturunan Tionghoa di kota Bogor dengan masyarakat pribumi dalam perayaan Cap Go Meh tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah narasi atau uraian dari alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Di dalam kerangka pemikiran ini peneliti mencoba menjelaskan pokok dari masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat didalam penelitian ini. Penelitian ini didasari pula pada kerangka pemikiran secara teoritis maupun konseptual.

Dalam hal ini peneliti mencoba mengaitkan tema penelitian yang diangkat yaitu "Perilaku Komunikasi Etnis Keturunan Tionghoa di Kota Bogor dengan Masyarakat Pribumi dalam Perayaan Cap Go Meh", yang dilihat dari perspektif teori interaksi simbolik. Esensi dari teori interaksi simbolik sendiri yaitu suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni suatu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. (Mulyana, 2013:68)

Perspektif interaksi simbolik memfokuskan pada perilaku seseorang. Hal ini karena interaksi simbolik memandang bahwa seseorang akan merespon suatu situasi simbolik tertentu. Simbol tersebut bisa berupa verbal maupun nonverbal, selanjutnya simbol tersebut akan diberi makna tertentu. Dalam simbol-simbol atau lambang-lambang tersebut terdapat makna yang hanya dipahami oleh anggotanya saja. Makna yang merupakan hasil dari interaksi akan melekat dan membentuk konsep diri seseorang, dan akan mempengaruhi individu bertingkah laku atau berperilaku.

Menurut teoritisi interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah "interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol". Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial. (Mulyana, 2013:71)

Dalam melihat suatu realitas, interaksionisme simbolik mendasarkan pada premis-premis seperti berikut:

1. Individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Jadi, individulah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu

dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak. Nama atau simbol yang digunakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbitrer (sembarang).

3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Secara teoritis interaksi simbolik adalah interaksi yang di dalamnya terjadi pertukaran simbol-simbol yang mengandung makna. Sedangkan interaksi simbolik menurut Mead mengatakan bahwa kemampuan manusia untuk dapat merespon simbol-simbol diantara mereka ketika berinteraksi, membawa penjelasan interaksionisme simbolik kepada konsep tentang diri (*self*). Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Interaksi merupakan variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat.

Jadi, inti dari teori interaksi simbolik adalah sebuah teori yang mengatakan bahwa manusia bertindak berdasarkan atas makna-makna yang terus berkembang dan disempurnakan pada saat interaksi itu berlangsung. Sebagai komunikator, warga keturunan Tionghoa di kota Bogor tersebut baiknya melakukan suatu pendekatan

komunikasi dengan masyarakat pribumi di kota Bogor sebagai komunikan, agar kegiatan interaksi yang diharapkan dapat berjalan dengan baik.

Berikutnya, peneliti akan membahas secara teoritis berdasarkan pengerucutan masalah yang diangkat yakni proses komunikasi dan hambatan komunikasi, seperti yang dikatakan Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi tahun 2003.

2.2.1 Proses Komunikasi

Proses komunikasi dapat ditinjau dari dua perspektif, yakni *proses komunikasi dalam perspektif psikologis dan proses komunikasi dalam perspektif mekanis.* Proses komunikasi dalam perspektif psikologis berkaitan dengan tema penelitian, karena proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan.

Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Dari proses *encoding* atau "mengemas" pikiran dengan bahasa yang dilakukan oleh komunikator itu menghasilkan sebuah pesan, kemudian pesan itu ditransmisikan atau dikirimkan kepada komunikan.

Setelah komunikator mengirimkan pesan kepada komunikan, respons yang dihasilkan oleh komunikan adalah *decoding*, yaitu seolah-olah isi pesan tersebut dibuka dan telah diterima oleh komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan

atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi, sebaliknya jika komunikan tidak mengerti, maka komunikasi tidak terjadi. (Effendy, 2003:31).

Disini dapat diketahui bahwa etnis keturunan Tionghoa sebagai komunikator dalam perayaan Cap Go Meh di kota Bogor mengirimkan pesan-pesan non verbal kepada para penonton meliputi ekspresi wajah, postur, gerak-gerik tubuh, pakaian, warna, bau-bauan dan juga isyarat.

2.2.2 Hambatan Komunikasi

Beberapa para ahli komunikasi mengatakan bahwa tidak mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif karena ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi (Effendy, 2003:45). Diantara beberapa hal yang menjadi poin dalam hambatan komunikasi seperti gangguan, kepentingan, motivasi terpendam dan prasangka, gangguan menjadi satu faktor yang dirasa menjadi hambatan komunikasi didalam penelitian ini.

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik yaitu gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik dan juga gangguan semantik yang berkaitan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. (Effendy, 2003:46)

Hambatan komunikasi yang terjadi pada komunikasi etnis keturunan Tionghoa di kota Bogor akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi bagaimana perilaku komunikasi etnis keturunan Tionghoa dengan masyarakat pribumi dalam perayaan Cap Go Meh di kota Bogor.

Berdasarkan kerangka teoritis diatas, pada kerangka konseptual ini peneliti mencoba untuk menjelaskan tema penelitian yang diangkat dan kaitannya dengan interaksi simbolik, dimana pada saat komunikator melakukan komunikasi atau interaksi kepada komunikan, tidak terlepas dari simbol-simbol atau lambang-lambang. Melalui simbol-simbol bermakna itulah masyarakat pribumi seolah-seolah masuk di dalam komunikasi yang dilakukan oleh komunikator tersebut.

Dalam sub fokus penelitian tersebut peneliti mengaplikasikannya ke dalam bentuk nyata, diantaranya sebagai berikut:

2.2.2.1 Proses Komunikasi

Yaitu cara berkomunikasi dan juga interaksi masyarakat keturunan Tionghoa di kota Bogor dengan masyarakat pribumi dengan latar belakang budaya yang berbeda. Di dalam proses komunikasi tersebut terdapat beragam aspek yang dapat diamati seperti isi pesan, penggunaan lambang-lambang (simbol), komunikasi secara linear, interaksi, komunikasi antar budaya dan juga makna yang terjadi pada saat berlangsungnya perayaan Cap Go Meh.

2.2.2.2 Hambatan Komunikasi

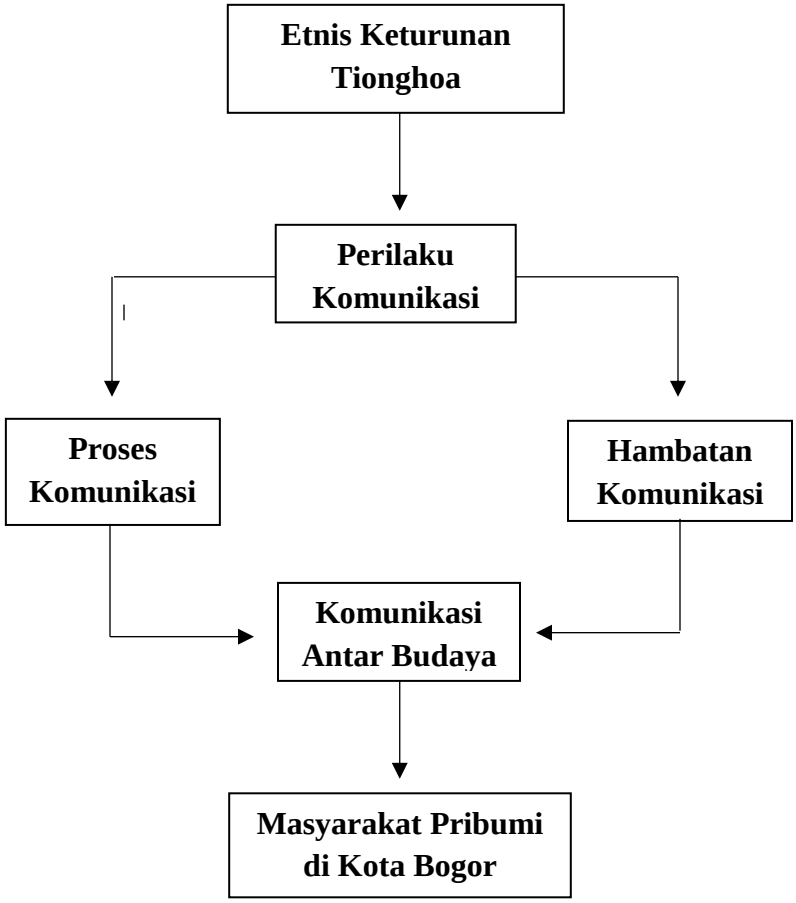
Dalam suatu proses komunikasi pasti setidaknya terdapat hambatan dalam melakukan komunikasi. Hal ini karena dalam melakukan komunikasi dengan orang lain, seperti bagaimana etnis keturunan Tionghoa tersebut berkomunikasi dan beradaptasi di lingkungan dengan mayoritas masyarakat pribumi, pasti terdapat suatu perbedaan budaya dan juga bahasa dalam berkomunikasi, yang mana dari

akulturasi budaya tersebut tentunya berpengaruh terhadap proses komunikasi yang terjadi.

Adapun komponen-komponen dari fokus penelitian tersebut peneliti coba aplikasikan ke dalam model alur kerangka pemikiran yang mana merupakan proses alur komunikasi yang menjadi pemikiran peneliti hingga nantinya didapatkan suatu hasil akhir dari fokus penelitian yang peneliti angkat. Berikut merupakan model alur pemikiran tersebut:

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 2016