BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada bab ini akan dipaparkan beberapa teori-teori yang mendukung untuk melakukan penelitian ini, sepeerti referensi penelitian terdahulu, *study literature*, dokumen, arsip yang telah dilakukan untuk dijadikan sebagai pedoman pelaksanaan penelitan. Hal ini dilakukan agar terlaksananya penelitian secara sistematis dan melengkapi penelitian yang berkaitan dengan Perilaku Komunikasi Pelaku Kustom dalam Subkulture Kustom Kulture di Kota Bandung.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penyusun/Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Perilaku Komunikasi Komunitas Info Vespa Bandung di Kota Bandung (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Komunitas Info Vespa Bandung	Bonifasius Wisnu Sasongko. Universitas Komputer Indonesia. 2015. Skripsi.	Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa *Mod* yang menjadi ciri khas dan penggunaan bahasa ketika berada pada komunitas dan diluar komunitas. Sedangkan komunikasi non verbal berupa penggunaan bahasa tubuh	Subjeknya berbeda, penelitian yang dilakukan Bonifasius Wisnu Sasongko bagaimana memfokuskan pada satu komunitas dalam subkultur *Mods.* Sedangkan penelitian ini mengkaji tntang perilaku komunikasi

	dalam Penggunaan *Culture Mod* Sebagai Gaya Hidup)		seperti salam mojo yang wajib dilakukan dan penampilan fisik, dilihat dari penampilan pakaian yang wajib menggunakan jaket parka, *harrington*, *casual shoes*, dan vespa. Terakhir adanya motif masa lalu dan masa depan seperti alasan memilih kultur Mod sebagai gaya hidup, dalam membentuk perilaku komunikasi tersebut.	kustom kultur di kota Bandung.
2	Perilaku Komunikasi Komunitas *Skinhead* Warriors Jakarta (Studi Kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Komunitas Warriors Jakarta Pada Acara Jakarta *Mods Mayday* Dalam Meningkatkan Solidaritas Anggotanya)	Gumilang Indra Rahman. Universitas Komputer Indonesia. 2015. Skripsi.	Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1) Komunikasi verbal yang biasa digunakan sehari – hari dalam berkomunikasi, seperti bahasa Betawi dan bahasa Indonesia. Namun mereka juga menggunakan panggilan khusus untuk sapaan seperti *Lads* untuk laki – laki dan *Maids* untuk perempuan, serta *Oi* untuk universal; 2) Komunikasi nonverbal yang digunakan oleh komunitas *Skinhead* Warriors	Desain penelitiannya berbeda, penelitian Gilang Indra Rahman menggunakan studi kasus mengkaji bagaimana perilaku komunikasi Komunitas *Skinhead* dalam acara tertentu. Dalam penelitian ini peneliti mengkaji bagaimana perilaku komunikasi yang terjadi dalam ranah kustom

			adalah pakaian maupun atribut, serta bahasa tubuh yang sopan; 3) Motif yang mendasarinya juga merupakan alasan bergabung dengan komunitas *Skinhead* Warriors.	kulture menggunakan studi fenomenologi.
3	Perilaku Komunikasi Lanjut Usia Panti Sosial Tresna Werdha Senjarawi Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Lanjut Usia Panti Sosial Tresna Werdha Senjarawi Bandung Dalam Berinteraksi Dengan Sesama Lanjut Usia)	Wiwin. Universitas Komputer Indonesia. 2016. Skripsi.	Hasil penelitian menunjukan bahwa perilaku komunikasi lanjut usia dapat dilihat dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal dan hambatan komunikasi yang dialami. Pada komunikasi verbal lanjut usia dalam berinteraksi menggunakan tiga bahasa, yaitu bahasa Indonesia, bahasa daerah, bahasa Jawa, Sunda, Manado dan bahasa Mandarin dengan topik pembicaraan yaitu topik ringan seperti kunjungan dari luar panti, masalah keluarga dan membicarakan tentang makanan menjadi kebiasaan lansia dalam berinteraksi. Pada komunikasi non	Terdapat perbedaan pada mikro ke-3, Wiwin menggunakan Hambatan Komunikasi pada mikronya sedangkan peneliti menggunakan Motif pada penelitian ini.

			verbal lanjut usia saat berinteraksi dilihat dari bahasa tubuh seperti isyarat tangan, gerakan kepala, sentuhan, ekspresi wajah yang selalu tersenyum ketika berinteraksi, penampilan fisik dan sikap diam yang lebih dominan. Hambatan komunikasi yang dialami lansia saat berinteraksi yaitu hambatan internal seperti kondisi fisik artikulasi tidak jelas, pendengaran kurang baik dan volume suara yang kecil, dan hambatan eksternal seperti lingkungan panti, lawan bicara lanjut usia itu sendiri serta lama menetap lansia dan kurangnya tempat khusus tertutup untuk berkumpul dan berinteraksi.	

Data Penelitian, 2017

2.1.2. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses yang terjadi setiap saat. Walaupun istilah ‘komunikasi’ sudah sangat akrab di telinga namun membuat definisi

mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang diperkirakan. Stephen Littlejohn (1999) mengatakan:

"Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings (komunikasi sulit untuk didefinisikan, kata 'komunikasi' bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti)"

Kesulitan dalam mendefinisikan kata 'komunikasi', baik bagi kepentingan akademis maupun penelitian, disebabkan kata kerja *to communicate* (berkomunikasi) sudah sangat mapan sebagai kosakata yang sangat umum dan karenanya tidak mudah ditangkap maknanya untuk keperluan ilmiah. Kata komunikasi menjadi salah satu menjadi salah satu kata yang paling sering digunakan dalam percakapan baik dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia.

Komunikasi merupakan salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Hal ini disebabkan karena keberadaan manusia sebagai makhluk sosial. Yang berarti manusia tidak akan bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Menurut Dr. Everett Kleinjen dari *East Center Hawaii* yang dikutip oleh Hafied Cangara menyatakan :

"Komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Sepanjang manusia ingin hidup, maka ia perlu berkomunikasi."(Cangara, 2005 : 1)

Sebagai makhluk individu, manusia selalu dihadapkan dengan berbagai kebutuhan dalam hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka manusia memerlukan bantuan orang lain. Dengan demikian, manusia akan berkomunikasi dengan manusia lainnya demi memenuhi kebutuhan tersebut.

Sehingga sampai kapan pun, komunikasi merupakan hal yang tidak pernah akan lepas dari kehidupan manusia.

Menurut Roger dan D Lawrence (1981), 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, 2005 :19)

Sementara Raymond S Ross, melihat komunikasi yang berawal dari proses penyampaian suatu lambang:

"A transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source."(Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.) (Rakhmat, 2011:3).

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

2.1.2.1. Komponen Komunikasi

Setiap peristiwa komunikasi dalam tingkat apa pun, apakah komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi massa, akan melibatkan komponen komunikasi. Para ahli komunikasi telah lama meneliti

masing-masing komponen komunikasi untuk menentukan peran masing-masing dari komponen dalam menentukan efetivitas komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2006), ruang lingkup komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*) dan Komunikan (*communicant*)

Komunikator merupakan individu atau kelompok yang mengambil prakarsa dalam mengadakan komunikasi dengan individu atau kelompok lain. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikan adalah penerima memang diharapkan minimal punya pengetahuan luas tentang masalah yang dikomunikasikan. Dapat dikatakan komunikator adalah orang yang memberikan pesan dan komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator.

2. Pesan (*message*)

Pesan (message) merupakan inti dari perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan, pesan ini merupakan unsur yang sangat menentukan dalam keberhasilan komunikasi. Supaya pesan dapat diterima dengan baik, pesan harus memenuhi syarat untuk mudah dimengerti.

3. Saluran (*channel*)

Saluran (channel) adalah wahana atau alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, dan lain-lain).

4. Efek (*effect*)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan lain-lain. (Effendy: 2006, 6).

Berdasarkan komponen-komponen tersebut untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam karyanya, Lasswell bahwa cara terbaik untuk menerangkan komunikasi adalah sebagai berikut : *who say in which channel to whom with what effect ?* (siapa yang mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana ?).

2.1.2.2. Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan, antara lain:

a. Agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan ke arah barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana yang terbaik melakukannya.
d. Agar yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komuniaktor, harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 2006:18).

2.1.3. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2013:81).

Meskipun komunikasi antarpribadi merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidak lah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi antarpribadi juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batas batas pengertian.

Littlejohn (1999) memberikan definisi komunikasi antarpribadi *(interpersonal communication)* adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M. Hardjana (dalam Mulyana, 2013:81) mengatakan, komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antrdua atau beberapa orang orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008:81) bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menagkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal.

2.1.3.1. Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam tujuan komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri sendiri.

Dengan memperbincangkan diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.

Merujuk pada Suranto (2011: 19), komunikasi antarpribadi merupakan suatu *action oriented,* ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi antarpribadi itu bermacam-macam, beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini.

1. Mengenal diri sendiri dan orang lain

   Nasihat seorang filsuf terkenal Socrates yaitu : *cogito ergo sum* yang memiliki arti kurang lebih ”kenalilah dirimu”. Salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri adalah melalui komunikasi antarpribadi.

2. Mengetahui dunia luar

   Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain.

3. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

   Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari, orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

4. Mengubah sikap dan perilaku

   Dengan komunikasi antarpribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain.

5. Bermain dan mencari hiburan

   Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan.

6. Membantu (Konseling)

   Psikiater, psikolog klinik dan ahli terapi adalah contoh profesi yang mempunyai fungsi menolong orang lain.

2.1.3.2. Jenis-jenis Komunikasi Antar Pribadi

Sama halnya dengan komunikasi lain, dalam komunikasi antar pribadi pun banyak bentuk atau jenis-jenis komunikasi yang termasuk kedalam ranah komunikasi antar pribadi. Menurut Onong Uchana Effendy secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu:

1. Komunikasi Diadik

Komunikasi diadik adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, yakni yang seorang adalah komunikator sebagai penyampai pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatianya hanya pada diri komunikan saja.

2. Komunikasi Triadik

Ini adalah jenis komunikasi antar pribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni satu orang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif karena komunikator hanya memusatkan perhatianya pada satu orang saja, sehingga ia dapat menguasi *frame of reference* komunikan. Sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung merupakan kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya proses komunikasi. (Effendy, 2006:62)

2.1.4. Perilaku Komunikasi

Meninjau pada Kuswarno (2013:103) perilaku komunikasi yaitu penggunaan lambang - lambang komunikasi. Lambang – lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan non verbal. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap

rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi ini dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadikan kebiasaan pelakunya. Definisi perilaku komunikasi tidak akan terlepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu.

Kebutuhan manusia akan pengetahuan atau informasi akan memaksa manusia tersebut untuk bergerak mencari tahun tentang rasa kepenasaranya akan suatu hal. Sehingga dalam proses pencarian inilah seorang manusia akan terus bergerak dan mencari sampai rasa haus atau penasaran itu terobati atau terpenuhi. Dalam bentuk komunikasi ini merupakan proses penafsiran seseorang terhadap perilaku lawannya, dapat berbentuk percakapan, gestur tubuh (body language), kemudia lawan biacara memberikan respon atau reaksi akan hal itu.

Representasi perilaku komunikasi dalam penggunaan bahasa verbal dan nonverbal dalam sistem sosial, sebagai sarana berbagi pengalaman di antara anggota sistem sosial, merupakan aspek strategis. Oleh karena itu Porter, Samovar dan Cain (dalam Mulyana, 2013 : 91) menyebutkan bahwa:

"Any verbal or nonverbal language uses symbols that stand for or represent various concrete and abstract parts of our individual realities. These symbols in turn are governed by rules that tell us how to use them in order to best represent our experiences."

Artinya bahasa verbal atau nonverbal merupakan penggunaan simbol yang dapat merepresentasikan berbagai abstraksi dari realitas seorang individu. Peserta komunikasi melalui komunikasi verbal bisa berbagi pengalaman dan membangun pengalaman tanpa harus terlibat langsung dengan pengalaman yang dimiliki masing-masing. Melalui kata-kata, seseorang dapat pula memengaruhi orang lain, bertukar pikiran, mancari informasi, mengemukakan sudut pandang pendapatnya, dan berbagi rasa. Disinilah kekuatan bahasa verbal teruji dalam sebuah komunikasi

Lambang-lambang nonverbal juga memiliki pengaruh spesifik dalam perilaku komunikasi manusia. Menurut Burgoon (Littlejohn, 2002:104-105) pesan nonverbal mempunyai karakteristik sebagai berikut:

(1)Nonverbal codes tend to be analogic rather than digital, (2) But not all, nonverbal code is iconicity, or resemblance, Iconic (as when you depict the shape of something with your hand), (3) Certain nonverbal codes seem to elicit universal meaning, (4) Nonverbal codes enable the simultaneous transmission of several messages, (5) nonverbal signals often evoke automatic response without thinking, and (6) Nonverbal signals are often emitted spontaneously.((1)Kode nonverbal cenderung analogis dan bukan digital, (2) Tapi tidak semua, kode nonverbal adalah ikon ikon atau kesamaan, Ikonik (seperti saat Anda menggambarkan bentuk sesuatu dengan tangan Anda), (3) Kode nonverbal tertentu tampak Untuk mendapatkan makna

universal, (4) Kode nonverbal memungkinkan transmisi beberapa pesan secara simultan, (5) sinyal nonverbal sering menimbulkan respons otomatis tanpa berpikir, dan (6) Sinyal nonverbal sering dipancarkan secara spontan.")

Pesan nonverbal memiliki kemampuan seefektif pesan verbal, mempertegas pesan verbal, berlawan atau mengingkari pesan verbal, atau bahkan mewakili pesan verbal itu sendiri. Sebagian besar ahli komunikasi menyebutkan bahwa pesan nonverbal memiliki pengaruh lebih besar ketimbang pesan verbal itu sendiri.

2.1.5. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal *(verbal communication)* merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan *(oral)* dan tulisan *(written)*. Berbincang dengan orang, menelepon, berkirim surat, membacakan buku, melakukan presentasi diskusi, atau menonton televisi merupakan contoh komunikasi verbal. Hampir dari semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yangdilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang-orang lain secara lisan.

Merujuk pada Mulyana (2013:260) suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat di definisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.

Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupaka totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu.

2.1.5.1. Fungsi Bahasa Dalam Kehidupan Manusia

Mengapa manusia berbahasa dan menagapa terdapat banyak bahsa di dunia? Kempampuan berbahasa manusia, yang membedakannya dengan hewan lain yang lebih rendah, merupakan akibat dari pembesaran dan perkembangan otak manusai. Salah satu pandangan mengatakan bahwa orang-orang yang hidup di berbagai bagian dunia merasa perlu merangcang solusi untuk memecahakan masalah yang mereka hadapi. Dalam hali ini, mereka menciptakan berbagai cara hidup, dan bersama hal itu, bahsa-bahasa berlainan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Mulyana (2013:266) mengatakan bahwa fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa, dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka mereka, yang lalu menjadi konvensi. Selanjutnya Larry L. Barker (dalam Mulyana, 2013:266) menyebutkan tiga funsi bahasa:

penamaan (*naming* atau *labelling),* interaksi, dan transformasi informasi. Penamaan atau penjulukkan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi, menurut Barker, menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapt mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Fungsi inilah yang disebut sebagai sarana transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinan kesinambungan budaya dan tradisi kita. Tanpa bahasa kita tidak mungkin menghadirkan semua objek dan tempat untuk kita rujuk dalam komunikasi kita.

Sedangkan Book dalam Mulyana (2013:267) mengatakan bahwa setidaknya bahasa harus memiliki tiga fungsi, yaitu: Untuk mengenal dunia sekitar kita; berhubungan dengan orang lain; dan untuk menciptakan kohenrensi. Fungsi pertama jelas tidak dapat terelakkan. Melalui bahasa individu mempelajari apa saja yang menarik minat mereka. Individu dapat berbagi pengalaman, bukan hanya peristiwa masa lalu yang dialami, tetapi juga pengetahuan tentang masa lalu yang diperoleh dari sumber kedua, seperti media cetak atau elektronik. Individu juga menggunakan bahasa untuk memperoleh dukungan atau persetujuan dari orang lain atas pengalaman atau pendapat seseorang. Fungsi kedua bahasa memungkinkan individu bergaul dengan orang

lain untuk kesenangan dan mempengaruhi individu lain untuk mencapai tujuannya. Melalui bahasa seseorang dapat mengendalikan lingkungannya, termasuk orang-orang di sekitarnya. Sedangkan fungsi ketiga memungkinkan individu untuk hidup lebih teratur, saling memahami mengenai dirinya, kepercayaan-kepercayaan, dan tujuan-tujuannya. Seseorang tidak mungkin menjelaskan semua itu dengan menyusun kata-kata secara acak, melainkan berdasarkan aturan-aturan tertentu yang telah kita sepakati bersama.

2.1.5.2. Kata-kata Mengandung Bias Budaya

Bahasa terikat oleh kontkas budaya. Dengan ungkapan lain, bahasa dapat dipandang sebagai perluasan budaya. Menurut Hipotesis Sapir Whorf, sering juga disebut *Teori Relativitas Linguistik* (dalam Mulayan, 2013:276), sebenarnya setiap bahasa menunjukkan suatu dunia simbolik yang khas, yang melukiskan realitas pikiran, pengalaman batin, dan kebutuhan pemakainya. Jadi bahasa yang berbeda sebenarnya mempengaruhi pemakainya untuk berpikir, melihat lingkungan, dan alam semesta di sekitarnya dengan cara yang berbeda, dan karenanya berperilaku secara berbeda pula. Hipotesis yang dikemukakan Benjamin Lee Whorf dan mempopulerkan serta menegaskan pandangan gurunya Edward Sapir ini menyatakan bahwa (1) Tanpa Bahasa kita tidak dapat berpikir; (2) Bahasa mempengaruhi

persepsi; dan (3) Bahasa mempengaruhi pola berpikir. Hipotesis Sapir-Whorf ini tampaknya sulit untuk diuji. Sebabnya, *pertama,* kita sulit mendefinisikan berpikir, *kedua,* kita lebih sulit lagi menemukan orang yang tidak berbahasa sebagai pembandingnya. Dengan kata kata lain, kita tidak punya cara menafsirkan realitas tanpa menggunakan bahasa.

2.1.6. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol selain kata-kata seperti nada bicara, ekspresi wajah dan lain-lain. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Menurut Edward T. Hall mengartikan komunikasi non verbal sebagai berikut :

"Komunikasi non verbal adalah sebuah bahasa diam *(silent language)* dan dimensi tersembunyi *(hidden dimension)* karena pesan non verbal yang tertanam dalam konteks komunikasi". (Mulyana, 2010:344).

Secara garis besarnya menurut Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R McDaniel dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Lintas Budaya, membagi pesan non verbal kedalam dua kategori sebagai berikut :

1. Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, dan parabahasa.
2. Ruang, waktu, dan diam. (dalam Deddy Mulyana, 2010:299)

2.1.6.1. Fungsi Komunikasi Non Verbal

Menurut Paul Ekman menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal, seperti yang dapat dilukiskan dengan perilaku mata komunikasi non verbal sebagai berikut :

1. *Emblem*. Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan, "Saya tidak sungguh-sungguh".
2. *Ilustrator*. Pandangan kebawah dapat menunjukan depresi atau kesedihan.
3. *Regulator*. Kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
4. Penyesuai. Kedipan mata yang cepat meningkat ketika orang berada dalam tekanan. itu merupakan respons tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
5. *Affect Display*. Pembesaran manik-mata *(pupil dilation)* menunjukan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukan perasaan takut, terkejut atau senang.

2.1.6.2. Jenis Komunikasi Non Verbal

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

verbal yaitu sebagai berikut : (1) Bahasa tubuh , (2) Sentuhan, (3) Parabahasa , (4) Penampilan fisik, (5) Bau- bauan, (6) Orientasi ruang dan jarak pribadi, (7) Konsep waktu, (8) Diam, (9) Warna, (10) Artefak. (Mulyana, 2010:353)

2.1.7. Motif

Melihat pernyataan dalam Kuswarno (2013:192), motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : *in order to motive* dan *because motive*. *Because motive* merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *in order to motif* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan.

Menurut hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah motif terdapat fase historis, yaitu masa lalu dan masa depan, sehingga tindakan apapun yang dilakukan oleh seseorang baik di masa lalu dan masa yang akan datang tersebut dilatari oleh motif.

2.1.8. Subkultur

Setiap masyarakat modern meliputi beberapa kelompok orang yang memiliki sejumlah kompleks kebudayaan yang tidak dimiliki oleh kelompok lain. Sebagai contoh, kaum imigran mengembangkan perpaduan budaya setempat dengan budaya asal mereka. Golongan orang kaya memiliki cara hidup yang berbeda dengan cara hidup orang miskin. Budaya remaja memiliki gaya perilaku, pemikiran dan pakaian yang khusus, dan perbendaharaan kata yang hampir tidak dapat dimengerti orang dewasa. Setiap kebudayaan khusus (subkultur) memiliki perbendaharaan kata kelompok yang dipakai untuk melindungi dunia mereka terhadap orang luar. Beberapa lembaga cenderung untuk membentuk pola perilaku yang tidak ditemukan di luar bidang lembaga itu, dan ungkapan "budaya sekolah" atau "budaya pabrik" mengacu pada perangkat pola perilaku yang khusus. (Goodman, 2007:72)

Kelompok pola seperti disebut di atas ini yang di satu pihak berkaitan dengan kebudayaan umum masyarakat itu, tetapimdi pihak lain dapat dibedakan darinya disebut *kebudayaan khusus (subkultur).* Kebudayaan khusus dalam masyarakat bisa menyangkut pekerjaan, agama, kebangsaan, daerah, kelas sosial, usia, jenis kelamin dan sebagainya. Kebudayaan khusus mempunyai arti yang sangat penting, karena setiap masyarakat yang kompleks tidakalah terdiri dari kebudayaan tunggal yang seragam, tetapi terdiri dari kebudayaan yang memiliki inti unsur dan kompleks yang umum ditambah campuran beberapa kebudayaan khusus. (Goodman, 2007:73)

2.1.9. Kustom Kulture

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

> *"it was a guy thing. Cars and comix. Sleek, sexy bodies and base humor. If these were all the custom car craze of the early 1960s had left behind, it might hold some sociological interest. But some other things happened at the same time, in the same place, and thus it became more than just a guy thing—it was a youth thing, a California thing."(*"Semua budaya ini awalnya berhubungan dengan hobi para lelaki. Bentuk mobil, body yang halus, mulus, dan seksi adalah humor yang digunakan untuk mobil yang mereka kendarai. Ini adalah awal dari kegemaran mobil-mobil *kustom* pada tahun 1960'an. Hal ini mungkin memiliki ketertarikan sosiologis tersendiri. Dan akhirnya hal lain selain hanya modifikasi kendaraan pun terjadi pada saat yang bersamaan, ditempat yang sama, dan ini bukan hanya berhubungan dengan hobi para lelaki tersebut, tetapi ini juga berhubungan dengan sejarah California.") *(Kustom Kulture, 1993:7)*

Dalam buku tersebut, ranah Kustom Kulture pada awalnya dikenal sebagai *Hot Rodder*, merupakan sebutan bagi para pengendara atau pembuat mobil *Hot Rod*. *Hot Rod* merupakan mobil dengan ciri khas mesin besar dari segi ukuran maupun kapasitas tenaga yang ditingkatkan dari ukuran standar untuk mencapai kecepatan tinggi, mengurangi bobot kendaraan dengan memangkas atap dan juga menghilangkan kaca samping mobil. Para pelaku kustom memilih dengan mobil-mobil murah sebagai modal utama kustom,

paling banyak dipilih saat itu adalah Model T dan Model A Ford (produksi 1928-1931). Ciri yang sama juga ada pada kendaraan roda duanya yang pada saat itu dikenal sebagai *Chopper* dan *Bobber Style.* Pemangkasan sasis atau kerangka utama agar terlihat lebih *ceper* di kenal dengan istilah *chop* (pangkas). Kata Kustom Kulture sendiri merupakan kata bentukan dari *Custom Culture* dengan penggunaan huruf 'K' menggantikan huruf 'C' yang di populerkan oleh Ed "Big Daddy" Roth untuk menggambarkan fenomena *antimainstrem.*

> *"Naturally, hot rodding has evolved, engendered diverse offshoots and even gentrified over the past sixty years. But the culture is still core: do it yourself, make it better than—or at least different from—the mass-produced offerings, individualize it, be renegade."* ("Tentu saja, hot rodding telah berevolusi, melahirkan beragam cabang dan mengalami perkembangan selama enam puluh tahun terakhir. Tatapi budayanya tetap sama: lakukan sendiri, buat lebih baik atau paling tidak berbeda dari-kebanyakan produk massal, individualis lah, berontaklah") *(Kustom Kulture, 1993:8)*

Dalam konteks kendaraan, kustom itu sendiri adalah dimana mengubah dengan tidak menghilangkan fungsinya. Yaitu dengan memperhatikan estetika, kenyamanan, keamanan, di perlengkap dengan 'dari sebuah kendaraan dapat mewakili story si empunya'. "Apalah arti dari kendaraan keren dengan tampilan keren, kalau masih kerepotan untuk mengendarainya" bukankah telah di ikrarkan semboyan *"Live to Ride, Ride for Life"*.

Kustom Kulture lebih dari sekedar bagian-bagian unik dari budaya berkendara yang identik dengan mur, baut, dan logam. Sejarah Kustom Kulture terbentuk dari budaya populer para remaja di tahun 1950'an. Budaya populer pada saat itu muncul di California pasca perang dunia kedua. Para

remaja ini sudah terobsesi dengan kendaraan bermotor, tertarik dengan mobil jenis Hot Rod dan mobil Kustom yang membantu para remaja tersebut untuk mengalihkan perhatian mereka pada kondisi buruk pasca perang dunia tersebut. Dan pada perkembangannya, bukan hanya pada kendaraan yang mereka bangun saja, tetapi Kustom Kulture mengasimilasi bahasa, pakaian dan musik yang menjadi sebuah ciri khas kaum muda pada tahun 1950'an. (DeWitt, J. 2002)

Budaya Kustom biasanya diidentifikasikan dengan anak jalanan tahun 1950an, pembalap *drag*, dan *lowrider*. Adapun subkultur lain yang memiliki pengaruh pada budaya Kustom seperti *skinhead*, *rocker punk*, musik *rockabilly*. Setiap budaya yang mempegaruhi melakukan penyesuaian pada mobil yang mereka kendarai, mode yang mereka pakai, musik yang menginspirasi mereka, dan juga berupaya untuk menambahkan ide-ide gagasan yang mereka punya tentang apa yang menurut mereka keren, dari apa yang dapat diterima. Segala sesuatu dari membuat karya pinstipe yang diaplikasikan pada Harley-Davidson dan Indian, pada media plat besi yang memiliki konten musik, kartun, dan film yang memnginspirasi apa saja dan siapa saja yang ada pada sub kultur otomotif ini.

Menurut DeWitt, J (2002) Kustom Kulture ini adalah sebuah *Rolling Sculpture*, yang artinya adalah seni yang bergerak. Gagasan ini dianggap serius oleh DeWitt yaitu bahwa mobil-mobil ini adalah bagian dari seni, tetapi bukan seperti seni pada umumnya atau seni yang bersifat populer, tetapi seni yang memiliki perhatian, gagasan, dan teknik dasar yang ditunjukan oleh

seniman modern selama setengah abad ini. Pada kenyataannya mereka disebut seniman yang berbeda dengan definisi seniman pada umumnya karena mereka menjadi salah satu seniman modern dengan media mobil mereka sendiri dan pada kenyataannya mobil modifikasi dibuat oleh montir dan seniman otodidak.

Akhirnya kustom kulture mencakup hal yang sangat luas, kustom itu sendiri sebenarnya muncul dari dalam diri seseorang. Kustom itu kreasi, imajinasi, inovasi untuk mencapai suatu identitas, lalu dengan kustom kita akan di kenal dengan diri kita sendiri, dari situlah mereka menyebut ruang itu sebagai "Kustom Kulture".

Kustom Kulture sebenarnya sudah tumbuh berkembang di tanah air sejak lama. Salah satu buktinya dapat dilihat di 2 cover majalah Aktuil terbitan *early* 70's. Satu cover menampilkan Alm. Gito Rollies berpose gaya anak muda 70' an dengan Yamaha XS650 chopper. Skena di Indonesia bisa dibilang salah satu yang sudah cukup maju di wilayah Asia Tenggara. Perkembangannya dari masa ke masa cukup sehat untuk ukuran negara yang berlokasi ribuan kilometer dari negara asal muasal budaya modifikasi motor.Selama tahun 1980'an pergerakan Kustom Kulture di Indonesia belum terlelu pesat. Menurut Wira Bakti (2013), di era 80-an orang lebih banyak yang bermain di ranah restorasi. Makin orisinil, makin oke. Sampai dengan era akhir 1980-an masuk ke awal 1990-an, mulailah Kustom Kulture di Indonesia berkembang cukup pesat. Mulai banyak pehobi motor yang meng-*custom* motornya baik sesuai selera individual maupun referensi dari majalah

terbitan luar yang cukup sulit didapat (salah satu caranya adalah beli yang baru di toko buku internasional atau beli bekas di pasar loak).Komunitas motor yang beranggotakan pecinta modifikasi motor mulai banyak lahir di era akhir 80an hingga awal 90an ini, antara lain *Bikers Brotherhood MC*, *MMC Outsiders* dari Bandung, dan *Blind Eagle* dari Jakarta. Kalau di Surabaya ada club motor *Pemudis* yang bahkan sudah ada sejak taun 1982. (Bakti, Wira. 2013)

Memang tidak semua anggotanya naik motor *custom*. Banyak juga anggotanya yang mengendarai motor orisinil asli pabrikasi yang tidak kalah keren dari motor *custom*. Berangkat dari kondisi serba terbatas, para pecinta Kustom Kulture roda dua di Indonesia dipaksa untuk kreatif. Berbekal bahan motor tua yang kondisinya parah dan terbatasnya akses untuk parts orisinal pada saat itu, tidak ada pilihan lain selain memodifikasi motor yang ada agar terlihat keren dan yang paling penting bisa dipakai riding. Para pelaku Kustom Kulture pada era itu mulai banyak yg belajar *"how to customize their ride"* secara otodidak, berbekal referensi dari majalah dalam dan luar negeri. Mulai dari sekedar bikin *body parts,* bikin rangka *custom* sampai dengan teknik mengambil bagian dari motor lain, bahkan dari *parts* mobil, banyak dilakukan oleh pecinta roda dua di era itu. Untuk kalangan atas, di sekitar *mid 90's* mulai banyak yang beli motor *custom* bikinan modifikator terkenal dunia di era itu.

Selanjutnya, masih menurut Wira Bakti (2013), di era 90-an sampai 2000-an, klub-klub motor yang berbasis merk tertentu dan klub yang lebih

heterogen sifatnya juga mulai berkembang pesat di era ini, contohnya antara lain *Chopper Baztard MC, Black Angels MC, Harley Davidson Club* Indonesia (HDCI), Ikatan *Sport Harley Davidson (ISHD), BMW Club* Indonesia, Ikatan Motor Besar Indonesia (IMBI*), Motor Antique Club* Indonesia (MACI), dan lainnya. Beberapa yang disebut diatas bahkan mungkin sudah ada sejak era 70-an atau 80-an, tetapi mungkin sempat "mati suri".

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai peta pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Adapun sudut pandang pemikiran dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikannya dari sebuah perilaku komunikasi dalam subkultur Kustom Kulture di kota Bandung.

Berbagai kajian dapat digunakan untuk mengungkapakan fenomena Kustom Kulture di kota Bandung. Salah satunya yang menarik adalah kajian komunikasi. Suatu kehidupan yang khas dan dapat menjadi satu budaya yang khas, dapat diitinjau dari proses interaksi simbolik di antara manusianya. Pendekatan interaksi simbolik sebagai suatu pendekatan komunikasi dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana fenomena pelaku kustom dalam ranah Kustom Kulture melalui bahasa verbal maupun nonverbal yang khas.

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolis. Mead mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi diantara

manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut paham ini, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan siapakan Anda sebagai manusia? (Morissan, 2014:111)

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

Salah satu pelopor interaksi simbolik dalam Mahzab Chicago adalah Herbert Blumer (1962), yang melanjutkan penelitian Mead. Blumer meyakini bahwa studi manusia tidak bisa dilakukan dengan cara sama seperti penelitian pada benda mati. Seorang peneliti harus empati pada pokok materi, terjun langsung pada pengalamannya, dan berusaha untuk memahami nilai dari tiap orang. Blumer menghindari kunatitatif dan statistik dengan melakukan pendekatan ilmiah melalui riwayat hidup, otobiografi, studi kasus, buku harian, surat, dan *nondirective interviews.* Tradisi Chicago melihat manusia sebagai kreatif, inovatif, dalam situasi yang tak dapat diramalkan. Masyarakat dan diri, dipandang sebagai proses, bukan sebagai struktur untuk membekukan proses atau menghilangkan intisari hubungan sosial. (Ahmadi, 2005:301)

Blumer mengungkapkan tiga asumsi yang mendasari pemikiran interaksionis simbolik, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka.
2. Makna tersebut berasal dari "interaksi sosial seseorang dengan orang lain".
3. Makna dimodifikasi melalui proses intepretif.(Kuswarno, 2013:113)

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

Membahas perilaku pelaku kustom dalam subkultur kustom kulture di kota Bandung yang diungkapkan dalam konteks atau kajian komunikasi, tidak bisa terlepas dari lambang verbal dan nonverbal yang merupakan inti dari komunikasi. Karena komunikasi tidak akan pernah berlangsung bila tidak ada lambang-lambang (simbol) yang dipertukarkan. Dengan kata lain, penelitian ini membahas perilaku komunikasi, yaitu penggunaan lambang-lambang komunikasi dalam interaksi sosial yang khas. (Kuswarno, 2013: 103).

Kuswarno (2013:192) juga memaparkan bahwa perilaku muncul karena ada motif. Motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu. Mengacu juga pada pemikran Schutz, manusia akan memilki motif yaitu

berorientasi kemasa depan *(in order to motive)* dan berorientasi ke masa lalu *(because motive)*. Sehingga perilaku yang ditunjukan manusia akan memiliki motif yang menggambarkan sebab (orientasi masa lalu), dan untuk (orientasi masa depan). Dalam hal ini, peneliti akan mengungkapkan bagaimana motif dari para pelaku kustom di kota Bandung yang memungkinkan mereka untuk masuk dalam sunkultur ini dan menganggap diri mereka sebagai bagian dari subkultur ini.

Sementara itu, perspektif interaksi simbolik (dalam Kuswarno, 2013:114) berpendapat bahwa perilaku terbentuk dan tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. Sejalan dengan asumsi interaksi simbolik , terdapat esensi bahwa komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna merupakan suatu aktivitas yang khas diantara manusia. Selain itu, seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Kesadaran dan pikiran melibatkan interaksi manusia dengan dirinya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu bukan sekedar tindakan luar yang terlihat.

Merujuk pada Litlejohn (2012:121) bahwa sebuah hasil penting dari interaksi adalah sebuah gagasan khusus mengenai diri sendiri—siapakah Anda sebagai seseorang. Pelaku komunikasi tidak hanya berinteraksi dengan orang lain dan dengan objek-objek sosial; mereka juga berkomunikasi dengan diri mereka sendiri. Para pelaku komunikasi melakukan percakapan sendiri sebagai bagian dari onteraksi; kita berbicara pada diri kita sendiri dan memilik percakapan dalam

pikiran kita untuk membedakan benda dengan manusia. Ketika mengambil keputusan mengenai bagaimana bertindak terhadap suatu objek sosial, individu menciptakan apa yang disebut Manford Kuhn sebagai *rencana tindakan* yang dipandu oleh *sikap* atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap tindakan apa yang diarahkan.

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

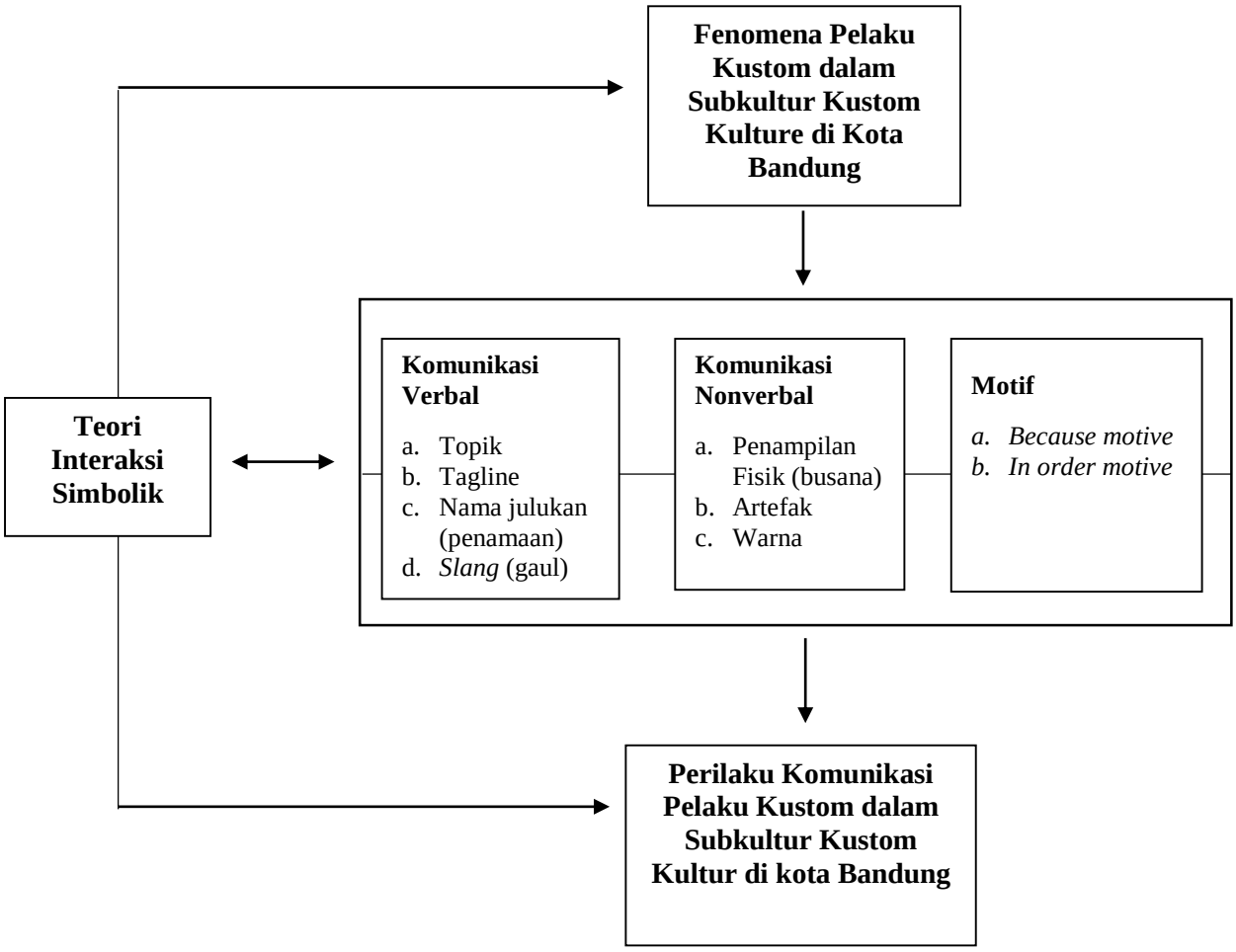
Pemikiran interaksi simbolik ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol-simbol yang pelaku kustom pahami dan pikirkan menentukan tindakan mereka. Makna atas simbol yang mereka pahami akan semakin sempurna oleh karena adanya interaksi diantara pelaku kustom. Simbol-simbol yang diciptakan, dipikirkan dan dipahami mereka merupakan bahasa yang mengikat aktivitas di antara mereka. Oleh karenanya, bahasa tersebut akan membentuk perilaku komunikasi yang khas dalam ranah kustom kulture. Pandangan interaksi simbolik membantu menjelaskan bagaimana pelaku kustom memandang dirinya sendiri sebagai bagian dari dunia sosial yang mereka bangun dan sepakati. Perilaku

komunikasi pelaku kustom dalam subkultur kustom kulture di kota Bandung dibagi kedalam tiga bahasan, yaitu perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal, perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi non verbal, serta motif yang melatari perilaku komunikasi tersebut.

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

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Peneliti, 2017