BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

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

Penelitian ini termasuk dalam penelitian analisis tekstual dengan pendekatan studi fenomenologi. Hal ini perlu dilakukan karena suatu teori atau model pengetahuan biasanya akan diilhami oleh teori dan model yang sebelumnya. Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang konstruksi makna. Berikut ini adalah beberapa penelitian mengenai konstruksi makna.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1	Konstruksi Makna Nebeng Bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung	Shalli Tsania, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2014	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	Anggota nebengers memiliki beragam motif untuk melakukan tebeng menebeng, penagalaman nebeng para anggota menjadi faktor penting menganai permasalahan keamanan, Konstruksi makna nebeng yang terangkat menjadi lebih meluas dan berdampak baik ke berabagi banyak hal	**Penelitian Shalli Tsania menggunakana analisis fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda**

2	Konstruksi Makna Ngopi Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung	Abdul Hadi Khamilsyah , Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2015	Kualitatif dengan Desain Penelitian Fenomenologi	para mahasiswi memandang ngopi sebagai suatu kebiasaan saat ini, para mahasiswi merasakan adanya pengaruh dari ngopi menjadi salah satu tempat untuk bersosialisasi.	**Penelitian Abdul Hadi Khamilsyah menggunakana analisis fenomenologi, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda**
3	Studi Deskriptif Mengenai Fanatisme Bobotoh Persib Bandung Di Viking United	Chandra Riza Aditya Riyadi, Program Studi Komunikasi Mulawarman 2011	Kualitatif dengan Desain Penelitian Deskriptif	Fantisme tidak hanya dilihat karena sikap negatifnya,tetapi sisi positifnya juga dapat dirasakan oleh para bobotoh yang Fanatik terhadap Tim Persib Bandung.	**Penelitian Chandra Riza Aditya Riyadi menggunakan analisis deskriptif dengan objek dan pembahasan yang berbeda**

2.1.2. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri untuk memenuhi segala macam kebutuhan dalam hidupanya. Untuk itu diperlukan Komunikasi yang menjadi sarana yang sangat penting untuk bisa mencapai itu. Selain itu juga komunikasi berguna untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan berhubungan dengan orang lain. Dengan komunikasi, kita bisa membangun suatu kerja sama dengan orang lain, mulai dari keluarga sampai dengan masyarakat luas.

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang mempunyai kontinuitas tinggi, tidak bersifat absolut atau berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan objek materi dari Ilmu Komunikasi adalah perbuatan, perilaku atau tingkah laku manusia yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut para ahli, Ilmu Komunikasi dianggap bagian dari ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan *(applied science)*, dan karena termasuk ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan, maka Ilmu Komunikasi sifatnya *interdisipliner* atau *multidisipliner*. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya,

terutama yang termasuk ke dalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan.

Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana, makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab. Karena, cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain, yang pada intinya adalah komunikasi.

Jadi Secara sedarhana dapat disimpulkan bahwa, tanpa komunikasi seorang manusia tidak akan dapat hidup di dunia ini. Istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga memiliki akar kata berbahasa latin *Communico* yang artinya membagi.

Menurut Onong Uchjana Effendy komunikasi yaitu: Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain, pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, yang muncul dari benaknya. (Effendy, 2011:11)

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.

2.1.2.2. Proses Komunikasi

a) Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambing-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Effendy, 2011:11)

b) Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2011:16) Media yang digunakan adalah surat, telepon, surat kabar, radio atau televisi.

2.1.2.3. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi secara menyeluruh dapat dirinci kembali sebagai berikut :

1. Informasi, yakni kegiatan mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan,opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana bersikap sesuai nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi, yakni mendorong seseorang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar melalui media massa.
4. Bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal terjadi perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal maupun informal.

6. Memajukan kebudayaan, media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui aneka program siaran atau penerbitan buku.
7. Hiburan, media massa telah menyita banyak waktu luang dari semua golongan usia dengan difungsikannya media komunikasi sebagai alat hiburan dalam rumah tangga.
8. Integrasi, menjembatani perbedaan antarsuku bangsa maupun antarbangsa dalam upaya memperkokoh hubungan dan pemerataan informasi.

2.1.2.4. Tipe Komunikasi

Tipe komunikasi diklasifikasikan berdasarkan sudut pandang dan pengalaman dari masing-masing pakar. Memperhatikan pendapat para pakar maka dibawah ini akan diuraikan lima tipe atau tingkatan komunikasi beserta fungsinya masing-masing.

1. Komunikasi Intrapersonal

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah suatu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau komunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi terjadi karena seseorang seringkali terbawa dalam pikirannya sendiri akibat objek yang diamati terbertik dalam pikirannya.

2. Komunikasi Interpersonal

   Komunikasi Antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih.

3. Komunikasi Kelompok

   Komunikasi Kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara tiga atau lebih secara bertatap muka atau menggunakan sebuah alat bantu. Kelompoknya pun dapat dibagi menjadi dua yakni kelompok besar atau kelompok kecil disini termasuk kelompok dalam suatu organisasi.

4. Komunikasi Massa

   Dalam komunikasi massa, pesan dikirim dari sumber lembaga kepada khalayak yang bersifat massa melalui alat-alat mekanis, seperti televisi, radio, surat kabar, atau film.

5. Komunikasi Publik

   Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, kolektif, retorika, *public speaking*, atau *audiens communication*.

2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Intrapersonal

Sebagai manusia kita tidak dapat hidup sendiri, kita selalu dituntut untuk hidup bersosial dikarenakan kita adalah *zone politicon.* Keharusan kita melakukan sosialisasi dengan sesama, kita harus melakukan komunikasi. Komunikasi tidak hanya dilakukan dengan secara kasat mata (berbincang), akan tetapi pada saat kita terdiam tanpa kita sadarai kita sedang melakukan komunikasi mungkin dengan sang pencipta maupun dengan hati nurani kita sendiri. Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan lingkungan sekitarnya untuk mencukupi kebutuhan hidup dan untuk mencapai suatu tujuannya.

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

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

> "Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding,* penerima atau proses *decoding,* arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat dinamakan kesemestaan komunikasi; unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-personal, antar-personal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antar budaya" (Effendy, 2005: 5)

2.1.3.1. Definisi Komunikasi Intrapersonal

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

sebelum berkomunikasi dengan orang lain seseorang melakukan komunikasi intrapribadi terlebih dahulu.

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

Sementara itu dalam buku *Trans-PerUnderstanding Human Communication*, 1975; disebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses di mana individu menciptakan pengertian. Di lain pihak Ronal L. Applbaum dalam buku *Fundamental Concept in Human Communication* mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai:

> "Komunikasi yang berlangsung dalam diri kita, ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita." (Uchayana 1993).

2.1.3.2. 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 pengindera, yang menghubungkan organism dengan lingkungannya. Menurut Dennis Coon, "Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal. Simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera atau pancaindera. Kita mengelopokannya pada tiga macam indera penerima sesuai dengan sumber informasi.

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

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Sensasi adalah bagian dari persepsi. Persepsi juga sensasi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

Faktor lainnya yang mempengaruhi persespsi, yakni perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi:

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

1) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor situasional personal. Faktor situasional terkadang disebut juga sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik

perhatian (*attention getter*) dan sifat-sifat yang menonjol, seperti:

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

2) Faktor Internal Penarik Perhatian

Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderung kita melihat apa yang ingin kita lihat, dan mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan ini timbul dari faktor-faktor yang ada dalam diri kita. Contoh-contoh faktor yang mempengaruhi perhatian kita adalah :

a. Faktor-faktor biologis
a. Faktor-faktor Sosiopsikologis
b. Motif Sosiogenesis, sikap, kemauan, dan kebiasaan mempengaruhi apa yang kita perhatikan

Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi, menjadi empat bagian :

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

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

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

3) Memori

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

a. Perekaman *(encoding)* adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal.
b. Penyimpanan *(strorage)* adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana.
c. Pemanggilan *(retrieval),* dalam bahasa sehari-hari mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan.

   Pemanggilan diketahui dengan empat cara:

   1. Pengingat (*recall*), proses aktif untuk menghasilkan kembali fakta dan informasi secara verbatim (kata demi kata), tanpa petunujuk yang jelas.

2. Pengenalan (*recognition*), agak sukar untuk mengingat kembali sejumlah fakta; lebih mudah mengenalnya.

3. Belajar lagi (*relearning*), menguasai kembali pelajaran yang sudah kita peroleh termasuk pekerjaan memori.

4. Redintergrasi (*redintergration*), merekonstruksi seluruh masa lalu dari satu petunjuk memori kecil.

4) Berpikir

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

Ada dua macam berpikir:

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

Floyd L. Ruch, menyebutkan tiga macam berpikir realistik

a. Berpikir deduktif, artinya mengambil kesimpulan dari dua pernyataan, dalam logika disebutnya silogisme.
b. Berpikir induktif, artinya dimulai dari hal-hal yang khusus kemudian mengambil kesimpulan umum; kita melakukan generalisasi.
c. Berpikir evaluatif, artinya berpikir kritis, menilai baik-bukurnya, tepat atau tidaknya suatu gagasan, namun menilainya menurut kriteria tertentu.

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

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

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

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

Para psikolog menyebutkan lima tahap dalm proses berpikir kreatif:

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

2. Preparasi: pikiran berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin yang relevan dengan masalah.
3. Inkubasi: pikiran beristirahat sebentar, ketika berbagai pemecahan berhadapan dengan jalan buntu. Pada tahap ini, proses pemecahan masalah berlangsung terus dalam jiwa bawah sadar kita.
4. Iluminasi: masa inkubasi berkahir 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 kraetif adalah:

1. Kemampuan Kognitif: termasuk di sini kecerdasaan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksible 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 semuanya, ia tidak terkait oleh konvensi-konvensi. Hal ini menyebabkan orang kreatif sering dianggap ”nyentrik” atau gila.
4. Selain faktor lingkungan psikososial, beberapa peneliti menunjukan 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 Psikologi Komunikasi

2.1.4.1. Definisi Psikologi Komunikasi

Komunikasi dan psikoligi adalah bidang yang saling berkaitan satu sama lain, terlebih sama-sama melibatkan manusia. Psikologi juga meneliti kesadaran dan juga pengalaman manusia. Psikologi juga mengarahkan pengertiannya kepada prilaku manusia dan mencoba

menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya prilaku manusia itu.

Psikologi juga tertarik pada komunikasi diantara individu, bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang yang disampaikan, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia.

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

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

Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah imu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan persistiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah ”*internal meditation of stimuli”*, sebagai akibat berlangsungya komunikasi.

Komunikasi adalah kegiatan yang saling bertukar informasi yang dilakukan manusia untuk mengubah pendapat atau prilaku lainnya. Komunikasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia beriteraksi dengan manusia lain. Secara psikologis, peristiwa sosial akan membawa kita kepada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi. Komunikasi juga ditunjukan untuk menumbuhkan sosial yang baik, seperti yang kita ketahui manusia tidak bisa hidup sendiri.

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

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

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

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

Jadi pada dasarnya komunikasi adalah suatu pembentukan, penyampaian, penerima,dan mengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang atau di atara dua atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.4.2. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Telah banyak di buat definisi komunikasi. Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai *"the process by whicth an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)"(1953:12)*. Dance (1967) mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha " menimbulkan resppons melalui lambang-labang verbal", ketika lambang-lambang verbal bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross (1974: b7) mendefinisikan komunikasi sebagai " *a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source."* (proses transaksional yang meliputi pemisahan,dan pemilihan bersama lambang secara kongnitif begitu, sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber).

Dari pengertian di atas menunjukan rentangan maksna komunikasi sebagaimana digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi semua penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara empat, sistem atau organism. Kata komunikasi sendiri dipergunakan

sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikotrapi.

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

Psikologi juga tertarik antra individu: bagaimana pesan dari seseorang indicidu menjadi stimulus yang menimbulkan respons pada individu yang lain. Psikologi bahkan meneliti lambang-lambang tang disampaikan. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap prilaku manusia. Penelitian ini melahirkan ilmu blasteran antara psikologi dan linguistic, psikolinguistik. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat kedalam proses penerimaan pesan, menganalisa faktor-faktor personaldan stuasional yang mempengaruhiny, dan menjelaskan berbagai corak komunikanketika sendiri atau didalam kelompok.

Komunikasi boleh ditunjukan untuk memberikan informasi, menghibur atau mempengaruhi. Yang ketiga, lazim disebut komunikasi persuasif, amat erat kaitanya dengan psikologi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan prilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Ketika komunikasi dikenal sebagai proses mempengaruhi orang lain, disiplin-disiplin yang menambah perhatian yang sma bersarnya seperti psikologi. Para ilmuan dengan berbagai latar belakang ilmunya, dilukiskan George A. Miller sebagai *"participating in and contributing to one of the graet intellectual adventure of the twentieth century"* (ikut serta dalam dan bersama-sama memberikan sumbangan pada salah satu petualangan intelektual bersama pada abad ke dua puluh). Komunikasi, begitu ujar George A. Miller selanjutnya, telah menjadi *"one of the principal preoccupation of our time"* (salah satu kesibukan utama pada jaman ini)

2.1.4.3. Ciri-ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Ini tampak jelas dari beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai, "usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkai peraturan yang berbagai kegiatan

mencapai tujuan".. Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai "proses interaksi diantara orang untuk tujuan intergarsi intrafersonal dan interfersonal". Edwin Neuman juga (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai "proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi". Aliran sosiologi yang banyak mewarnai studi komunikasi ialah aliran interaksi simbolik (Blumer, 1969).

Flisafat sudah lama menaruh perhatian pada komunikasi, sejak kelompok sophist yang menjual retorika pada orang yunani. Aristoteles sendiri menulis *De Arte Rhetorika.* Tetapi filsafat tidak melihat komunikasi sebagai alat untuk memperkokoh tujuan kelompok,seperti pandangan sosiologi. Filsafat meneliti komunikasi secara kritis dan dialektis. Filsafat mempersoalkan apakah hakekat manusia komunikan, dan bagaimana ia mengenal komunikasi untuk berhubungan denagn realitas lain di alam semesta ini; dan sebagainya. Bila sosiologi melihat komunikasi sebagai intergrator sosial, filsafat melihat posisi komunikasi dalam hubungan timbale balik atara manusia dan alam semesta. Kaum fenomenologi, misalnya, melihat pesan sebagai objek kesadaran yang dinamis. Pesan ditelaah dengan menghubungkannya pada kondisi-kondisi empiris yang menjadi konteks pesan tersebut (Lanigan 1979).

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

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengatahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Dari sini lah timbul perhatian pada *gudang memori* (memory storage) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsure sejarah respons ialah peneguhan. Peneguhan adalah respons

lingkungan (atau orang lain pada respons organism yang asli). Bergera dan Lambert menyebutnya *feedback* (unpan balik). Fisher tetap menyebutnya peneguhan saja (Fisher, 1978: 136-142).

Komunikasi adalah peristiwa sosial, peristiwa yang etrjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Bila di tanyakan dimana letak psikologi komunikasi, kita cenderung meletakannya sebagai bagian dari psikologi sosial. Karna itu, pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

2.1.5. Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.5.1. Makna

1. Makna Dari Makna

   Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti,maksud pembicara atau penulis. Menurut A.M. Moefad, “Pengertian mendefinisikan sebagai; “kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik”.

   Dalam hal ini dapat dibedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah suatu kata yang mengarah pada sesuatu yang dimaksud oleh kata itu. Dengan kata lain, denotatif mengandung makna yang sebenarnya. Sedangkan makna konotatif adalah makna implisit atau kiasan.

Menurut Ogden dan Richard dalam Lawrence Kincaid menjelaskan bahwa Penguraian proses komunikasi, untuk sebagian mengandung unsur psikologi. Sementara ini psikologi sudah mencapai tahap tertentu, dimana tugas tersebut dimungkinkan pelaksanaannya dengan baik .Kini tidak ada lagi alasan untuk dapat berbicara secara samar-samar mengenai makna, begitu pula untuk tidak mengetahui cara-cara dengan mana kata-kata memperdayai kita.

Makna tidak hanya terbatas pada batas-batas konsep yang dapat diterapkan dalam suatu situasi. Makna yang diperoleh dari (atau dimiliki untuk) konsep suatu hal, sebenarnya lebih mendalam, lebih besar dari konsepnya sendiri.

Sedangkan menurut Brodbeck dalam Aubrey Fisher mengemukakan sebenarnya ada tiga pengertian tentang konsep makna yang berbeda-beda. Salah satu jenis makna menurut tipologi Brodbeck, adalah makna referensial, yakni makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah itu. Makna yang kedua adalah arti istilah itu. istilah dapat saja memiliki referensi dalam pengertian yang pertama, yakni mempunyai referen, tetapi karena tidak dihubungkan berbagai konsep yang lain, ia tidak mempunyai arti.

Tipe makna yang ketiga mencakup makna yang dimaksudkan (*intentional*) dalam arti bahwa arti suatu istilah atau lambing tergantung pada apa yang dimaksudkan pemakai dengan arti lambing itu.

2. Makna Dalam Komunikasi

Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi, mencakup lebih dari sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek-aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator.

3. Makna Menurut Perspektif Interaksionisme

Mead menempatkan makna interaksional dalam apa yang ia namakan suatu percakapan isyarat (*conversation of gestures*) dimana suatu isyarat (*gesture*) berarti tindakan yang bermakna secara potensial. Makna secara interaksional dimiliki bersama dengan proses empati melalui pengambilan peran yang aktif. Individu memainkan peranan yang lebih aktif, mencari makna menurut pandangan orang lain dan berbagi makna itu dengan orang lain.

4. Ruang Lingkup Makna

Upaya memahami makna sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik berbagai macam disiplin ilmu, termasuk ilmu komunikasi. Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1994:6), misalnya, menyatakan "Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih". Demikian pula dengan yang diungkapkan oleh Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3), "Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."Brown dalam Sobur (2006: 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa.

Para ahli mengakui istilah makna (*meaning*) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan.

Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Setiap kata memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2006:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita mengggunakan 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 komunikasikan. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk mereproduksi, di benak pendengar, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.
b. Makna berubah. Kata-kata relatif 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 makna.

c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana 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 katakata, suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.

f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. 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.

5. Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya kontruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep kontruksi makna bisa berubah. 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).

2.1.6. Tinjauan Tentang Fanatisme

Fanatisme adalah suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, yang positif atau yang negatif, pandangan yang tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah. “Fanatisme biasanya tidak rasional atau keyakinan seseorang yang terlalu kuat dan kurang menggunakan akal budi sehingga tidak menerima faham yang lain dan bertujuan untuk mengejar sesuatu. Adanya fanatisme dapat menimbulkan perilaku agresi dan sekaligus

memperkuat keadaan individu yang mengalami deindividuasi untuk lebih tidak terkontrol perilakunya". (http://www.psikoterapis.com)

Fanatisme dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang tidak jarang dapat menimbulkan perilaku agresi. Individu yang fanatik akan cenderung kurang memperhatikan kesadaran sehingga seringkali perilakunya kurang terkontrol dan tidak rasional.

Pengertian Fanatisme sendiri dapat disebut sebagai orientasi dan sentimen yang mempengaruhi seseorang dalam : (a) berbuat sesuatu, menempuh sesuatu atau memberi sesuatu, (b) dalam berfikir dan memutuskan, (c) dalam mempersepsi dan memahami sesuatu, dan (d) dalam merasa secara psikologis, seseorang yang fanatik biasanya tidak mampu memahami apa-apa yang ada di luar dirinya, tidak faham terhadap masalah orang atau kelompok lain, tidak mengerti faham atau filsafat selain yang mereka yakini.

Ciri-ciri yang jelas dari sifat fanatik adalah ketidakmampuan memahami karakteristik individual orang lain yang berada diluar kelompoknya, benar atau salah. Secara garis besar fanatisme mengambil bentuk : (a) fanatik warna kulit, (b) fanatik etnik/kesukuan, dan (c) fanatik klas sosial. Fanatik Agama sebenarnya bukan bersumber dari agama itu sendiri, tetapi biasanya merupakan kepanjangan dari fanatik etnik atau klas sosial.

Dalam kamus lengkap psikologi J.P. Chaplin mengungkapkan mengenai fanatik yaitu suatu sikap yang penuh semangat dan berlebihan terhadap satu segi pandangan atau satu sebab. “Fanatik memberikan suatu prediksi positif terhadap penampilan tim nantinya walaupun timyang mereka beri support kalah dalam pertandingan.”Berdasarkan pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa keadaan fanatik atau fanatisme memberikan suatu sugesti positif terhadap penampilan tim yang didukungnya tersebut, meskipun tim yang diberikan *support* itu kalah dalam liga pertandingan.

2.1.7. Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* dengan kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Arti komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organism yang berbagai lingkungan, umumnya memiliki keterkaitan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, tujuan, kepercayaan, kebutuhan, resiko dan lain-lain yang bersifat serupa.

Menurut Soenamo (2001), definisi arti Komunitas yaitu sebuah indentifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

Definisi komunitas yang dianggap ideal oleh Yudistira Garna (1999) dalam buku Atie Rachmiatie adalah :

> "Suatu kelompok manusia yang menempati suatu kawasan geografis, yang terlibat dalam aktivitas ekonomi, politik, dan juga membentuk suatu satuan sosial yang memiliki nila-nilai tertentu, serta rasa kebersamaan'. (Rachmiatie, 2007: 72)

Sedangkan menurut Kertajaya Hermawan (2008), arti Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interes*t atau *values.*

Horton dan Hunt (1974: 18) dalam bukunya Atie Rachmiatie menyebutkan bahwa:

> "Komunitas dapat disefinisikam baik sebagai suatu kelompok kesatuan manusia (kota kecil, kota dan desa maupun sebagai seperangkat perasaan rasa keterkaitan, kesetiaan)." (Rachmiatie, 2007: 21)

Faktor utama yang juga menyebabkan komunitas terbentuk yaitu karena adanya interaksi yang lebih besar yang menyebabkan tumbuhnya rasa ketertarikan dan keakraban yang menimbulkan kenyamanan bagi para anggotanya. Umumnya hal tersebut tumbuh karena mereka memiliki kebiasaan-kebiasaan yang sama dan hal lain yang serupa seperti hobi dan ketertarikan kepada sesuatu yang sama.

> Seperti yang dipaparkan oleh Rubin dan Rubin (1997) mereka menyebutkan bahwa dalam kehidupan modern saat ini, kelompok orang-orang yang memiliki kepentingan, membentuk suatu komunitas, dan mengadakan aksi atau gerakan menuntut komunitas lain dalam memenuhi keinginannya. (Rachmiatie, 2007: 73)

2.2. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L. Berger and Thomas Luckmann untuk mendalami bagaimana konstruksi sebuah makna.

2.2.1. Konstruksi Realitas Sosial

Perspektif interaksi simbolik mengandung dasar pemikiran yang sama dengan teori tindakan sosial tentang ‘makna subjektif’ (*subjective meaning*) dari perilaku manusia, proses sosial dan pregmatisnya. Meskipun terdapat beberapa versi interaksionisme simbolik, dalam pemaparan kualitatif yang bersumber dari pemikiran fenomenologis, mengukuhkan teori interaksi simbolik sebagai suatu kajian ilmiah tentang berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan sosial.

Konstruksi sosial *(sosial construction)* merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan

struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009:111).

Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Sosial Construction of Reality*. Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan *(habits).*

Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini juga berguna untuk orang lain. Dalam situasi komunikasi interpersonal, para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain, dengan demikian para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain tersebut. Dengan kebiasaan tersebut, seseorang dapat membangun komunikasi dengan orang lain yang disesuaikan dengan tipe-tipe seseorang, yang disebut dengan pengkhasan *(typication).* (Kuswarno, 2009:112).

Dalam teori konstruksi sosial Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya.

Berger memiliki kecenderungan untuk menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif fungsionalis), namun maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionis simbolik) (Kuswarno, 2000:299)

2.3. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini *Peña Real Madrid de Indonesia Bandung* akan memaknai fanatisme sebagai Madridista dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teori konstruksi realitas sosial sebagai panduan dalam mengungkapkan pemaknaan fanatisme Madridista tersebut tentang motif dan pengalaman menjadi pecinta klub Real Madrid menurut *Peña Real Madrid de Indonesia Bandung*.

Dalam kerangka ini makna fanatisme menjadi suatu realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari yang dimana hasil dari interaksi sosial antar individu dengan individu, individu dengan kelompok serta kelompok dengan kelompok terhadap klub Real Madrid CF. Realitas ini dikaji dengan menggunakan studi fenomenologi yang dimana manusia menjadi aktor yang memandang keseharian sosial sebagai sesuatu yang intersubjektif (Schutz). Intersubjektif disini dimaksudkan dengan menggunakan studi fenomenologi anggota komunitas *Peña Real Madrid de Indonesia Bandung* sebagai aktor

dalam dunia sosial yang memiliki kesamaan dan kebersamaan sebagai Madridista. Makna intersubjektif ini merupakan proses interaksi diantara anggota komunitas *Peña Real Madrid de Indonesia Bandung* maupun interaksi dengan diluar komunitas tersebut.

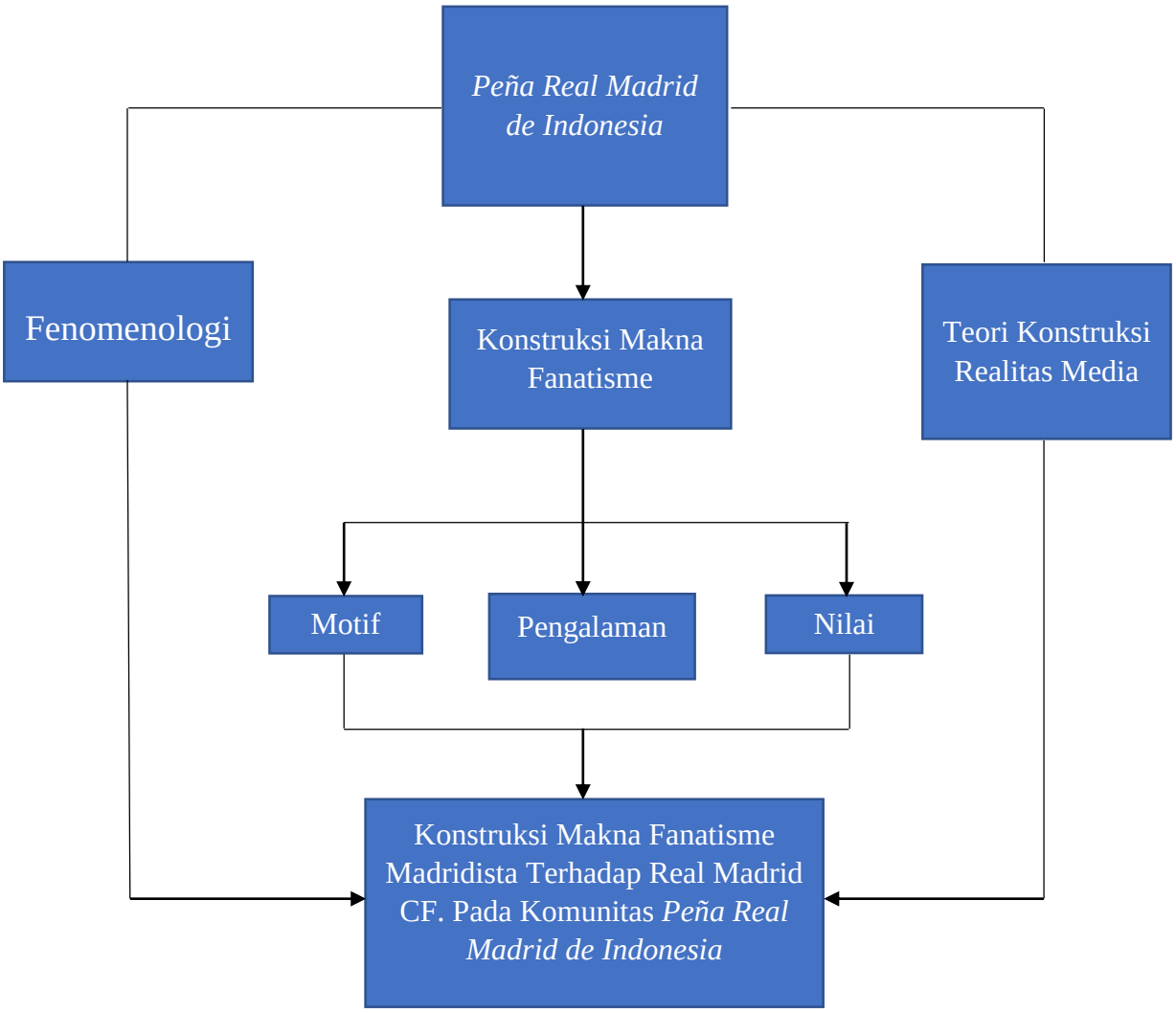
Fenomenologi disini memungkinkan terjadinya pergaulan sosial tergantung kepada pengetahuan tentang peran masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi dari para anggota komunitas *Peña Real Madrid de Indonesia Bandung*. Peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger & Thomas Luckmann sebagai *guide* (pendamping) untuk membantu mengarahkan penelitian ini sesuai yang diharapkan mengenai konstruksi makna fanatisme madridista bagi komunitas *Peña Real Madrid de Indonesia* di Kota Bandung. Teori ini berasumsi bahwa interaksi sosial merupakan aktivitas atau perilaku yang khas dalam kehidupan manusia.

Memaknai fanatisme secara utuh, peneliti perlu memahami lebih mengenai motif komunitas *Real Madrid de Indonesia Bandung* dalam mencintai klub Real Madrid CF. di kehidupan sehari-harinya yang merujuk pada masa lampau dan masa yang akan datang, serta peneliti juga ingin mengetahui lebih mengenai pengalaman komunitas *Real Madrid de Indonesia Bandung* selama menjadi Madridista.

Menjawab pertanyaan yang telah dipaparkan studi fenomenologi dianggap tepat untuk mengkaji fenomana fanatisme dalam dunia sosial, yang

dimana fenemenologi mengkaji sesuatu yang nampak dengan pengalaman dan pemahaman yang dimiliki oleh anggota komunitas sebagai aktor dalam dunia sosial. Hasil pemikiran peneliti dapat terlihat pada alur kerangka pemikiran sebagai berikut:

2.3.1. Alur Berpikir



Sumber : Peneliti, 2017.