BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

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

Dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti memasukan beberapa penelitian sebagai bahan referensi. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang sudah ada. Selain itu karena pendekatan kualitatif menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka penelitian terdahulu tentang konstruksi makna, berikut ini adalah penelitian terdahulu mengenai konstruksi makna:

1. Skripsi Abdul Hadi Khamilsyah (4180123), dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia. Penelitiannya berjudul "Konstruksi Makna Ngopi di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung (Studi Fenomenologi tenteng Konstruksi Makna Ngopi di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung)

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan desai penelitian fenomenologi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pemaknaan mahasiswa di kota Bandung tentang ngopi makna dulu mengatakan bahwa nilai ngopi identik dengan orang tua, laki-laki dan para pekerja, namun saat ini ngopi cenderung dilihat sebagai gaya hidup sekelompok orang dan halnya pada mahasiswa atau pelajar saat ini, motif mereka melakukan ngopi adalah untuk menghilangkan kepenatan dari aktivitas kuliah, mereka memilih untuk mendatangi kedai kopi untuk kembali menyegarkan pikiran mereka, serta dapat bersosialisasi dengan teman teman. Namun ngopi dapat membuat mahasiswi kecanduan, terkadang hingga lupa waktu.

Perbedaan dengan penelitian penelini adalah, penelitian Abdul Hadi Khamilsyah menggunakan analisis fenomenologi tetapi objek dan pembahasannya berbeda.

2. Skripsi Shali Tsani (41810145) , dari Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia. Penelitiannya berjudul "Konstruksi Makna Nebeng bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung (Studi Fenomenologi mengenai Konstruksi Makna Nebeng bagi Komunitas Nebengers di Kota Bandung)"

   Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian fenomenologi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Motif nebeng adalah karena nebeng adalah kegiatan yang natural, karena belum memiliki kendaraan, dan

kekhawatiran pulang kerja malam hari, serta karena ingin bertambah teman, relasi kolega. Pengalaman nebeng adalah menekan biaya transportasi, kenyamanan ada partner ngobrol saat perjalanan dan bertemu dengan orang baru serta wawasan baru.

Perbedaan dengan penelitian peneliti adalah penelitian Shali Tsania menggunakan analisis fenomenologi tetapi objek dan pembahasan yang berbeda.

3. Skripsi Radhitya Putra Perdana dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Penelitiannya berjudul "Konstruksi Makna Gerakan Olahraga Muay Thai pada Komunitas Versus Muay Thai Bandung".

   Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain penelitian fenomenologi. Adapun hasil penelitiannya adalah Pemahaman anggota versus muay thai terhadap olah raga muay thai ternyata dapat dikatakan hampir semuanya telah memahami dengan baik mengenai olah raga tersebut. Motif anggota untuk mengikuti olah raga muay thai sangat beragam, hal tersebut berdampak terhadap pemaknaan gerakan muay thai yang berbeda-beda pula.

   Perbedanan penelitian ini dengan peneliti adalah penelitian Radhitya Putra Perdana menggunakan analisis fenomenologi tetapi objek dan pembahasannya berbeda.

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

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

> "Komunikasi sudah merupakan bagian bekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Sepanjang manusia ingin hidup, maka ia perlu berkomunikasi." (Cangara, 2007:1)

Sebagai makhluk individu, manusia selalu dihadapkan dengan erbagai kebutuhan dalam hidupnya. Dan untuk memenuhi kebutuhannya, maka manusia memerlukan bantuan orang lain. Dengan demikian, manusia akan berkomunikasi dengan manusai lainnya demi memenuhi kebutuhan tersebut. Sehingga sampai kapanpun, komunikasi merupakan hal yang tidak pernah akan lepas dari kehidupan manusia.

Komunikasi efektif paling tidak menimbulkan lima hal, yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan (Stewart L. Tubbs dan Aylvia Moss, 1974:9-13)

1. Pengertian : penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan komunikator. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (*primary breakdown in communication*).

2. Kesenangan : tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Contohnya pada waktu kita mengucapkan “selamat pagi” atau “apa kabar” disini kita tidak bermaksud mencari keterangan, ini dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut analisis transaksional sebagai “saya oke-kamu oke” komunikasi ini disebut komunikasi fatis, ini dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang membuat hubungan kita menjadi semakin hangat, akrab dan menyenangkan.
3. Mempengaruhi sikap : paling sering kita melakukan komunikasi untuk mempengaruhi sikap orang lain. Seorang politisi berkampanye dan berdebat untuk mendapatkan citra yang baik untuk kepentingan politik. khatib ingin membangkitkan sikap beragama dan mendorong jemaah untuk beribadah lebih baik.
4. Hubungan sosial yang baik : komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif.
5. Tindakan : selain komunikasi untuk mempengaruhi. Sikap ini juga digunakan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Komunikasi untuk menimbulkan pengertian memang sukar, tetapi lebih sukar lagi untuk mempangaruhi sikap. Jauh lebih sukar lagi mendorong orang bertindak.

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang mendasar dalam kehidupan manusia, bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*Information Sharing)* untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi apat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan.

Kata Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *Communic* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang maupun lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico,* yang artinya berbagi. (Stuart, 1983)

Dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *Communicate* berarti :

1. Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan dan informasi,
2. Untuk membuat tahu,
3. Untuk membuat sama,
4. Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik.

Sedangkan dalam kata benda (*noun), communication* berarti :

1. Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi.

2. Proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama.
3. Seni untuk mengkespresikan gagasan-gagasan,
4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi

(Stuart, 1983 dalam Vardiansyah, 2004:3)

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

Komunikasi juga dipahami sebagai bentuk komunikasi, yaitu komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65). Dalam konteks ini komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan. (Rohim, 2009:1).

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

Jadi secara sederhana dapat disimpulkan bahwa, tanpa komunikasi seorang manusia tidak akan dapat hidup di dunia ini. istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan *communis* yang berarti kebersamaan antara dua orang atau lebih.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

a. Proses Komunikasi Primer

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

b. Proses Komunikasi Sekunder

merupakan sebuah 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

Adapun fungsi komunikasi secara menyeluruh dapat dirinci kembali sebagai berikut :

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

2.1.2.4 Komponen-komponen Komunikasi

Dalam prosesnya menurut Mitchall N Charmley ada 5 komponen yang melandasi komunikasi. Dikutip dari Astrid P. Susanto yang berjudul Komunikasi dalam Praktek dan Teori, adalah sebagai berikut:

a. Sumber (*source*)
b. Komunikator (*encoder*)
c. Pertanyaan/pesan (*message*)
d. Tujuan (*destination*)

Roger dalam Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana 2010:69)

Harold Laswell menjelaskan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *who says what in which channel to whom with what effect?* Atau Siapa mengatakan Apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2010:69)

Pendapat ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan antara lain adalah:

1. Komunikator (*communicator, source, amd sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*communican, receiver*)
5. Efek (*effect*)

1. Komunikator dan komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah proses komunikasi. Komunikator juga sering disebut dengan sumber (*Source, sender, atau encoder*). Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyebutkan bahwa:

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

Begitu pula dengan komunikator atau penerima (*audience, receiver*). Cangara menyebutkan bahwa seorang penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, maupun negara.

"Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber." Cangara juga menekankan "Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui

karakteristik penerima (khalayak). Berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi" (Cangara, 2004:25)

2. Pesan

Dalam bahasa Inggris pesan disebut juga dengan *message*,*content*, atau *information.* Salah satu unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan. Cangara menyebutkan :

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

3. Media

Media massa dalam proses komunikasinya merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan daru sumber kepada penerima (komunikator ke komunikan). Media yang digunakan dalam proses komunikasi ini bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu panca indera, selain itu :

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

Cangara menjelaskan lebih jelas lagi dalah konteks komunikasi massa media bahwa :

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

4. **Efek**

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Dikemukakan oleh De Fleur yang kemudian dikutip oleh Cangara, dalam bukunya Pengatar Ilmu Komunikasi bahwa pengaruh atau efek adalah:

> "Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang." (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Maka dari itu, Cangara menjelaskan, bahwa pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Setiap manusia pastinya mempunya tujuan dalam melakukan hal apapun, tidak terkecuali dalam melakukan komunikasi, tentunya mempunyai tujuan. Setiap orang yang melakukan komunikasi pasti mempunyai tujuan pula guna untuk merubah opini, gagasan atau apapun itu.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik mengatakan bahwa ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi, diantaranya adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behaviour change*)
4. Perubahan sosial (*social change*)

(Effendy, 2006:8)

Sedangkan Joseph A Devito dalam bukunya Komunikasi Antar Manusia menyebutkan bahwa tujuan dari komunikasi adalah :

1. Menemukan.

   Berkomunikasi dapat membuat kita memahami secara baik diri kita sendiri maupun diri orang lain yang sedang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.
2. Untuk berhubungan.

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

   Media massa ada sebagaian besar untuk menyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.
4. Untuk bermain.

> Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri kita dengan mendengarkan pelawak. (Devito, 2011:31)

Dilansir dari buku Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Karya Widjaja menyebutkan bahwa pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

a. Supaya apa yang disampaikan dapat dimengerti.
b. Supaya dapat memahami orang lain.
c. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain.
d. Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu.

Jadi secara singkat dapat dikatakan bahwa komunikasi itu bertujuan untuk mengharapkan pengertian, dukungan gagasan dan tindakan. Setiap kali kita bermaksud untuk mengadakan komunikasi maka kita perlu meneliti apa yang menjadi tujuan kita. (Widjaja, 2010: 10-11)

2.1.2.6 Lingkup Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52) menyebutkan bahwa ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkupnya dan banyak dimensinya. Mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Dibawah ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

1. Bidang Komunikasi

Bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, Dedy Mulyana membagi komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai beerikut:

a. Komunikasi sosial (*social communication*)
b. Komunikasi organisasi atau manajemen (*organization or management communication*)
c. Komunikasi bisnis (*business communication*)
d. Komunikasi internasional (*internationa communication*)
e. Komunikasi antar budaya (*intercultural communication*)
f. Komunikas politik (*political communication)*
g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
h. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

(Mulyana, 2000: 236)

2. Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Komunikasi verbal *(Verbal communicatin)*
b. Komunikasi lisan
c. Komunikasi tulisan

d. Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication)*

e. Kial (*gesture)*

f. Gambar (*pictorial)*

g. Tatap muka (*face to face*)

h. Bermedia *(mediated)*

(Mulyana, 2000:237)

3. Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar.

Berdasarkan situasi komunikasi itu, maka menurut Onong Uchjana Effendy, Komunikasi di klasifikasikan sebagai bentuk berikut :

a. Komunikasi pribadi *(personal communication)*

b. Komunikasi intrapribadi *(intrapersonal communication)*

c. Komunikasi antarpribadi *(interperonal communication)*

d. Komunikasi kelompok *(group communication)*

e. Komunikasi kelompok kecil *(small group communication)*

f. Komunikasi kelompok besar *(big group communication)*

g. Komunikasi massa *(mass communication)*

h. Komunikasi media massa cetak *(printed mass media)*

i. Komunikasi media massa elektronik *(electronic mass media)*

(Effendy, 2003)

4. Teknik Komunikasi

Istilah ini berasal dari bahasa Yunano ”*technikos*” yang berarti keterampilan. Berdasarkan keterampilan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi :

a. Komunikasi informatif
b. Persuasif
c. Pervasif
d. Koersif
e. Instrukstif
f. Hubungan manusiawi

(Effendy, 2003:55)

5. Metode Komunikasi

Istilah metode dalam bahasa Inggris “*Method*” berasal dari bahasa Yunani “*methodos*” yang berart rangkaian yang sistematis dan merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan , dan logis. Atas dasar pengertian tersebut, metode komunikasi meliputi kegiatan-

kegiatan yang teroganisasi menurut Onong Uchjana Effendy, sebagai berikut :

a. Jurnalisme
    1. Jurnalisme cetak
    2. Jurnalisme elektronik
b. Hubungan masyarakat
    1. Periklanan
    2. Propaganda
    3. Perang urat syaraf
    4. Perpustakaan

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Intrapersonal

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapribadi atau *Intrapersonal Communication* merupakan komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang tersebut berperan sebagai komunikator maupun komunikan. Dia berbicara dengan dirinya sendiri serta berdialog dengan dirinya sendiri. Seseorang akan bertanya kepada dirinya sendiri dan dijawab sendiri, sehingga tidak salah jika melamun dapat dikatakan dengan komunikasi intrapribadi , 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.

Saat seseorang sedang berbicara dengan diri sendiri, sedang melakukan perenungan, perencanaan, dan penilaian terhadap diri sendiri terjadilah 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 belajar bagaimana kita berpikir dan berasa, bagaimana kita mengamati dan menginterpretasikan dan bereaksi di lingkungan kita.

2.1.3.2 Ruang Lingkup Komunikasi Intrapersonal.

Dalam komunikasi intrapersonal, akan dijelaskan bagaimana seseorang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkan 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 pengidera. Yang menghubungkan organism dengan lingkungannya, menurut Dennis Coon, "sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidal memerlukan penguraian verbal. Simbolis atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiata alat indera atau pancaindera. Kita mengelompokannya pada tiga macam indera penerima sesuai dengan sumber informasi.

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

2. Persepsi

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

Faktor lainnya yang mempengaruhi persepsi adalah perhatian. Perhatian adalah sebuah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada stimuli lainnya.

Dilansir dari buku Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi menjelaskan persepsi sebagai berikut:

> "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 denga 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 dalam Rakhmat, 2011:50)

3. Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi (dengan menyediakan kerangka rujukan) maupun berpikir (yang akan diuraikan nanti). Schlessiger dan Groves (1976) mendefinisikan memori sebagai suatu sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan suatu organisme sanggup merekan suatu fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya.

> Secara singkat, memori melewati tiga proses: Perekaman, penyimpanan dan pemanggilan. Perekaman adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal. Penyimpanan adalah proses yang kedua, adalah menentukan berapa lama informasi itu berada bersama kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Penyimpanan tersebut bisa aktif ataupun pasif. Kita menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan. Dan yang terakhir adalah pemanggilan, dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi, adalah menggunakan informasi yang disimpan. (Musses dan Rosenzweig, 1973:499 dalam Rakhmat 2011:62)

2.1.4 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.4.1 Makna

Brown dalam Sobur (2003:256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentu 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 tentunya memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Meberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Meberikan makna merupakan upaya lebih jauh dari penafsiran, dan mempunyai kesejajaran dengan eksplorasi. Pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia : Inderawinya, daya pikirnya dan akal budinya.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2003:258) menawarkan sejumlah implikasi begi komuniksi antar manusia, yaitu :

1. Makna ada dalam diri manusia.

   Makna tidak terletak pada kata-kata untuk mendekati makna yang kita ingin 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.

2. Makna berubah.

   Kata-kata relatif statis, banyak kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi dalam dimensi emosional.

3. Makna membutuhkan acuan.

Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal.

4. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna.

Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlrbihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang kongkret dan dapat diamati.

5. Makna tidak terbatas jumlahnya.

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

6. Makna dikomunikasikan hanya sebagian.

Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna yang benar-benar dapat dijelaskan.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna. (sobur, 2003:255) .

Kempson dalam Sobur (2003:256) menjelaskan ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan makna, yaitu:

1. Menjelaskan makna kata secara alamiah
2. Mendeskripsikan kalimat secara alamiah
3. Menjelaskan makna pada proses komunikasi

Sedangkan Brodbeck dalam Fisher (1968:344) menjelaskan bahwa sebenarnya ada tiga pengertian tentang konsep makna yang berbeda-beda. Salah satu jenis menurut tipologi Brodbeck adalah makna *referensial* : yakni suatu makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide atau konsep yang ditujukan oleh istilah itu. Pengertian makna ini serupa dengan aspek "semantis" bahasa dari Morris (1949)- hubungan lambang dengan referen (yang ditunjuk).

Tipe makna yang kedua dari Brodbeck adalah arti istilah itu "berarti" sejauh ia berhubugan secara "sah" dengan istilah lain, konsep lain. Suatu istilah dapat saja memiliki arti referensial dalam pengertian pertama, yakni mempunyai referen, tetapi karena ia tidak dapat dihubungkan dengan berbagai konsep yang lain, tetapi ia tidak mempunyai arti (tipe makna kedua).

Fisher (1986:346) dalam Alex Sobur menjelaskan bahwa makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih daripada sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman aspek-aspek yang secara bersamaan dimiliki para komunikator.

2.1.4.2 Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya konstruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep konstruksi makna bisa berubah. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak peernah 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)

2.1.5 Tinjuan Tentang Cantik

Kata "cantik" berasal dari bahasa latin, *bellus*. Sedangkan menurut Kamus lengkap Bahasa Indonesia edisi keempat (2008) bahwa cantik mempunyai arti Indah, jelita, elok dan molek. Kemudian dalam penerapannya, pemaknaan seseorang terhadap kecantikan itu berbeda dan bahkan selalu berubah dari waktu ke waktu. Konsep kecantikan seseorang di daerah tertentu bisa jadi berbeda dari konsep kecantikan di daerah orang lain.

Ada kecantikan luar (*outer beauty*) yang menyangkut fisik, seperti kulit, wajah, dan bentuk, tetapi yang lebih penting lagi adalah kecantikan dalam (*inner beauty*) yang berhubungan dengan seluruh kepribadian dan dimensi psikis-rohani dan lebih abadi sifatnya. Walaupun begitu, baik kecantikan luar maupun

kecantikan dalam memiliki nilainya sendiri dan tidak perlu diabaikan, karena keseluruhan kecantikan wanita terletak pada sifatnya.

Beberapa bentuk konsep cantik dari beberapa budaya yang didesain sedemikian rupa atas nama budaya yang sesungguhnya merupakan bentuk "penjajahan" dan hegemoni laki-laki atas kebebasan perempuan. Hal yang menarik adalah ada semacam kebanggaan tersendiri bagi perempuan ketika ia berhasil memenuhi tuntutan untuk menjadi cantik karena ada mekanisme semacam *stick and carrot*. Ketika berhasil maka ada semacam pengakuan dari laki-laki atau dari lingkungan yang di asumsikan sebagai penghargaan. Sementara ketika tidak berhasil atau berada diluar *mainstream* cantik maka ada semacam konsekuensi yang tidak menyenangkan atau penolakan secara sosial, baik secara halus maupun secara ekstrem dan kdang hal tersebut diasumsikan sebagai hukuman.

Makna cantik menurut setiap orang pastilah berbeda-beda. Setiap orang tentunya memiliki pemikiran tersendiri seperti apa cantik yang ideal bagi diri mereka. Cantik tidak selalu harus memiliki kulit yang putih, rambut hitam panjang, kaki jenjang dan hal-hal menarik lainnya. Banyak juga masyarakat yang mengesampikan aspek-aspek tersebut dan menganggap cantik itu dari segi kepribadiannya, pendidikannya. Karena cantik tidak selalu dinilai dari fisik nya saja, namun beberapa juga menilai cantik dari dalam dirinya.

Seperti menurut Rasmus selaku Supervisor Program di Ardan Radio ia menyebutkan bahwa cantik tidak harus penampilan fisik saja, namun juga dilihat dari pintar tidaknya seseorang tersebut.

> " Jadi kalo menurut aku, cantik itu ga harus selalu dari penampilannya ya, tapi aku tuh lebih ngeliat orang cantik itu dari pinter nya, pinter dalam pendidikannya, pinter dalam wawasannya, pinter dalam merawat dirinya, pinter dalam manjaga sikap, pinter untuk berpenampilan juga. Intinya cantik itu pinter."[2]

Lain halnya dengan rasmus salah satu wanita yang dianggap cantik oleh kebanyakan warga Indonesia, yaitu Maudy Ayunda dan Dian Sastrowardoyo yang tidak memandang fisik sebagi tolak ukur dari kecantikan. Mereka menilai jika kepercayaan diri dan kenyamanan akan diri sendiri merupakan kecantikan yang sebenarnya.

> "Bagiku yang penting adalah bagaimana kita merasa percaya diri dan merasa cantik. Ditambah lagi dengan kita yang rajin merawat kulit dengan skincare, itu akan menambah rasa percara diri kita"[3] ungkap Maudy Ayunda.

> Sedangkan Dian Sastro memiliki makna cantik sendiri, yaitu :
>
> "Proses menjadi cantik juga adalah proses yang dinamis. Biasanya orang yang paling cantik atau yang merasa cantik itu adalah orang yang nyaman dengan dirinya sendiri.."[4]

Haris Herdiansyah dalah bukunya Gender dalam Perspektif Psikologi (Herdiansyah, 2016:178) mengatakan bahwa ada beberapa bagian tubuh wanita yang cantik dan feminin, yaitu :

a. Leher

   Secara alamiah dan natural, leher perempuan lebih jenjang, lebih langsing, relatif lebih panjang seakan menyerupai angsa dibandingkan

---

[2] Wawancara Pra penelitian dengan Rasmus selaku Supervisor Program di Ardan Radio
[3] *https://wolipop.detik.com/read/2017/03/03/094414/3437040/234/ini-definisi-cantik-menurut-maudy-ayunda-dan-dian-sastrowardoyo* Di akses pada 05 April 2018 pukul 07.52 WIB
[4] *https://wolipop.detik.com/read/2017/03/03/094414/3437040/234/ini-definisi-cantik-menurut-maudy-ayunda-dan-dian-sastrowardoyo* Diakses pada 05 April 2018 pukul 07.52 WIB

dengan leher laki-laki. Bentuk leher seperti ini mengikuti bentuk jenjang dan ramping yang digambarkan sebagai sebuah kefemininan. Dengan pola tersebut seakan terbentuk stereotip bahwa wanita cantik adalah wanita dengan simbol dan lambang kefemininan yang tegas. Semakin feminin maka semakin cantiklan wanita tersebut.

Leher menjadi salah satu simbol eksotisme dan daya tarik seksual bagi wanita yang dieksploitasi dalam berbagai bentuk. Demi memenuhi unsur eksotisme, kecantikan, dan memiliki daya tarik seksual bagi perempuan, leher kemudian dieksploitasi dan di sorot untuk kepentingan kecantikan.

Akan tetapi, bagi perempuan suku Padang dimana leher sebagai simbol kecantikan dan sensualitas dikonstruksikan sedemikian rupa untuk menjadi panjang. Semakin panjang maka semakin dianggap menarik dan cantik.

b. Kaki

Seperti pada umumnya di semua budaya, kaki sebagai bagian tubuh perempuan mempunyai daya tarik sendiri secara seksual dan kaki bagi perempuan merupakan simbol feminin yang signifikan. Di dunia modern, kaki perempuan dieksploitasi sedemikian rupa agar terlihat lebih cantik dan mengikuti perkembangan zaman. Mulai dari ujung kuku hingga pangkal paa tidak luput dari eksploitasi. Dunia industri seakan menawarkan semacam “solusi” agar kaki terlihat indah yang mewakili kecantikan dan kefemininan. Tidak ayal beragam produk kecantikan dibuat untuk mempengaruhi perempuan menjadi cantik dan seakan tidak cantik tanpa menggunakan produk-produ tersebut.

Namun lain halnya dengan budaya Cina kuno, proses untuk mendapatkan predikat cantik dan mempunyai daya tarik seksual tinggi mereka memiliki definifi mengenai cantik, yaitu perempuan dengan kaki yang sangat kecil seperti layaknya kaki seorang anak usia tiga tahun, tetapi untuk perempuan dewasa.

c. Bibir

Bibir merupakan simbol penting untuk kecantikan, bahkan mempunyai proporsi yang sangat signifikan dalam menyumbangkan nilai kecantikan pada wajah perempuan karena bibir secara langsung berhubungan dengan senyum, tawa, dan berbicara. Bibir juga bagi banyak budaya berkorelasi secara kuat dengan faktor sensualitas bahkan seksualitas karena bibir berkaitan dengan perilaku mencium, mengisap, dsb. Ini berlaku umum bagi banyak budaya sehingga bibir merupakan simbol yang lebih universal mewakili sisi kecantikan, sensualitas dan seksualitas

d. Pinggul

Salah satu daya tarik lainnya dari perempuan adalah pinggul. Pinggul juga merupakan simbol yang sifatnya universal, dimana bentuk tubuh perempuan mendapatkan khasnya pada pinggul yang lebar, tetapi tetap proporsional. Pinggul menjadikan bentuk tubuh wanita menjadi berlekuk indah yang melambangkan simbol seksualitas yang kuat dan juga mengindikasikan simbol khas perempuan, yaitu memberikan keturunan sebagai kelangsungan hidup ras manusia.

e. Rambut

Perempuan dapat terlihat lebih cantik ataupun lebih anggun dengan rambut panjang yang indah. Sekaan tidak terjadi sebuah hegemoni dalam rambut, tetapi tetap saja ketika rambut diidentitaas dengan kefemininan maka suka tidak suka jika ingin dianggap dan dipandang feminin perempuan harus memelihara rambut mereka sedemikian rupa.

f. Kulit

Setiap masyarakat dan budaya memiliki standar tersendiri dengan kulit perempuan dalam budayanya masing-masing. Selain itu, standar tersebut yang sering kali dimanfaatkan oleh ahli kecantikan ataupun industri kecantikan untuk dijadikan pasar dalam memasarkan produk-produk kecantikan kulit yang sangat bervariasi.

2.1.6 Tinjauan Tentang Penyiar Radio

2.1.6.1 Definisi Penyiar Radio

Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio. Di belakang layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya. Dengan kata lain penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menghandel olahraga, pewawancara, diskusi, kuis, dan narasi.

Penyiar radio adalah orang yang bertugas memandu acara di Radio. Penyiaran Radio menjadi ujung tombak sebuah stasiun radio dalam

berkomunikasi dengan pendengar. Keberhasilan sebuah program acara dengan parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan ditentukan oleh kepiawaian seorang penyiar dalam menghidupkan acara tersebut. Menurut Asep Syamsul M.Romli (dalam Ningrum, 2007:19) ada 3 keahlian uama yang harus dimiliki oleh seorang penyiar radio :

1. Berbicara

   Pekerjaan penyiar adalah berbicara, mengeluarkan suara, atau melakukan komunikasi secara lisan. Oleh karena itu, ia harus lancar berbicara dengan kualitas vocal yang baik. Pengaturan suara, pengendalian irama, tempo, dan artikulasi.

2. Membaca

   Dalam bersiaran, penyiar radio tidak hanya membaca naskah siaran secara kaku, melainkan seperti bertutur.

3. Menulis

   Penyiar radio dituntut untuk menyiapkan naskah siarannya sendiri, walaupunsudah ada *scripwriter* yang bertugas menyiapkan naskah-naskah siaran, untuk itu penyiar harus memiliki kemampuan menulis naskah siaran yang ditulis dalam bahasa tutur, bukan naskah seperti dikoran atau majalah.

Peran penyiar sangatlah penting, oleh karena itu bagaimana seorang penyar melakukan aktivitas siaran khususnya dalam bertutur sehingga pendengar merasa nyaman untuk selalu mendengarkan. (Suhartono, 2013)

Lesanpura menyebutkan bahwa penyiar dalam arti dan fungsinya, terdapat 10 hal pokok, yaitu :

1. Sebagai juru bicara stasiun radio
2. Sebagai alat bersaing dengan stasiun radio lainnya
3. Penyampai pesan komersil
4. Menjadi identitas stasiun radio
5. Pelaku *awareness* dengan pendengar atau penghimpun pendengar
6. Menjadi unsur kekuatan mencapai "*Leader Station"*
7. Anggota perusahaan yang mempunyai hak dan kewajiban
8. Memiliki *needs* dan harapan dalam karir serta jabatan
9. Sebagai teman bicara
10. Sebuah profesi khusus dalam dunia komunikasi

(Romli, 2009:50)

2.1.6.2 Kualifikasi Penyiar Radio

Syarat utama menjadi seorang penyiar adalah "bersuara emas" (*golden voice)* yang bisa dibentuk dengan teknik vocal, kekuatan berimajinasi tentang sosok pendengar (*visualisasi*), serta pembicaraan yang "berisi" dan dipahami oleh pendengar. (Romli, 2009:38)

Namun, jika dulu penyiar radio cukup memiliki keterampilan bersuara dan berbicara depan microfon saja. Yulia (2010:45) menyebutkan bahwa penyiar radio sekarang harus menguasai teknologi dan memiliki

sentuhan seni yang indah. Keterampilan mutlak yang harus dimiliki penyiar antara lain adalah :

1. Keterampilan berbicara didepan Microfon (*Announce Skill*)
2. Keterampilan menggunakan alat (*Operating Skill*)
3. Keterampilan memilik atau merangkai musik (*Musical Touch*)

2.1.7.3 Karakteristik Penyiar Radio

Penyiar terkadang dideskripsikan sebagai seseorang yang ideal. Sifat ideal tersebut meliputi kehangatan dan kasih sayang, memiliki rasa humor dan cerdas, jujur, rasa saling berbagi sekaligus temanyang sellau menemani dengan baik, dapat dipercaya, memiliki rasa percaya diri, bersemangat, dan optimis. Coba membayangkan seorang salesman yang menjual suaranya dengan menawarkan barang-barang tertentu, kita mungkin melihat mereka seperti percaya diri, memiliki rasa humor, dan optimis, tetapi calon pembeli tidak mempercayainya, mungkin karena mereka terkesan sedikit memaksa menawarkan barang-barang tersebut.

Namun, bagaimanapun juga rasa percaya diri, semangat, dan optimis merupakan petunjuk terbesar dari emosi diri. Emosi lebih merupakan refleksi jiwa manusia yang terpancar dari pembicaraannya. Penolakan yang terjadi mungkin karena tidak melibatkan rasa saling memberi kehangatan dan kasih saying dalam hubungan tersebut. Sebuah keniscahyaan bahwa rasa humor dapat menimbulkan tawa, atau kecerdasan dapat membuka

wawasan baru. Mainkan peran dan jangan emosi, pada kenyataannya, penyiar profesional harus pintar dalam bermain peran.

Peran harus dilihat dengan sesuatu yang objektif, karena maminkan emosi yang berlebihan akan menyebabkan penyiar menjadi monoton dan berdampak pada minat pendengar. Itulah mengapa penyiar tidak cukup hanya memiliki rasa percaya diri, bersemangat, dan optimis, karena menarik atau tidaknya sebuah program ditentukan oleh hasil reaksi pendengar.

Air personality sebuah radio akan bermanfaat jika didiskusikan secara terus menerus oleh para praktisi penyiarannya, karena berkaitan dengan tujuan yang ingin di capai oleh stasiun penyiaran Radio dari dampak yang ditimbulkan masyarakat. Selain itu, penyiar harus berkonsentrasi pada peran-peran yang di mainkan dalam upaya untuk kelangsungan *air personality* sebuah Radio akan bermanfaat jika didiskusikan secara terus menerus oleh para praktisi penyiarannya, karenaberkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh stasiun penyiaran Radio dari dampakyang ditimbulkan di masyarakat. Selain itu, penyiar harus berkonsentrasi pada peran-peran yang dimainkandalam upaya untuk kelangsungan *air personality* yang dibangun oleh stasiun Radio tersebut.

2.1.7.4 Prinsip Dasar Siaran

Pada dasarnya, prinsip dasar siaran radio adalah kedekatan, karena itu saat siaran berlangsung, seorang penyiar harus mampu membayangkan sedang berbicara dengan seseorang dihadapannya. Selain itu, prinsip dasar lainnya adalah kehangatan, sehingga saat seorang penyiar sedang berbicara

sebaiknya menggunakan prinsip *smiling voice*. Dengan senyum, suara seorang penyar akan terdengar lebih mantap, segar, menyenangkan dan tentu saja terdengar lebih akrab dengan pendengarnya.

Adapun **teknik siara**n diantaranya adalah :

a. Teknik *ad libitium*

Teknik ini merupakan teknik siaran dengan cara berbicara santai, enjoy, tanpa beban dan tekanan, atau sesuai yang 'yang ada dikepalanya'. Agar mencapai hasil yang optimal, seorang penyiar radio yang menggunakan teknik ini harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya:

1. Menggunakan bahasa yang sederhana
2. Mencatat pokok siaran
3. Menguasai informasi dibalik informasi
4. Mengetahui istilah khusus bidang tertentu
5. Menguasai standarisasi kata
6. Menghindari pengucapan kata tertentu

b. Teknik *script reading* atau membaca naskah

Biasanya dalam teknik ini, seorang penyiar radio melakukan siaran dengan cara membacakan naskah siaran atau *script* yang sudah disusun oleh dirinya sendiri atau oleh *scriptwriter.*

2.1.7.5 Kualifikasi Penyiar Radio

Syarat utama seorang penyiar radio adalah "bersuara emas" (*golden voice)* yang dibentuk dengan teknik pernapasan, teknik vocal, kekuatan

berimajinasi tentang sosok pendengar (visualisasi), serta pembicaraan yang "berisi" dan dipahami oleh pendengar. (Romli, 2009:38)

Jika dulu seorang penyiar radio cukup memiliki keterampilan bersuara dan berbicara di depan microfon saja, namun menurut Yulia (2010:45) seorang penyiar radio saat ini harus menguasai teknologi dan memiliki sentuhan seni yang indah. Keterampilan mutlak yang harus dimiliki seorang penyiar adalah :

a. Keterampilan berbicara di depan Microfon (*Announcing Skill)*

Teknik vokal yang tepat akan sangat membantu penyiar dalam menjalankan tugas siarannya. Namun Yulia (2010:46) menyebutkan ada dua tehnik lain yang juga harus dikuasai penyiar, yaitu:

1. *Scriptreading Technique,* yaitu teknik dasar siaran yang dilakukan penyiar radio dengan cara atau menggunakan naskah.
2. *Adlibbing Technique,* yaitu teknik dasar siaran yang dilakukan penyiar radio tanpa menggunakan atau membaca naskah.

Sedangkan Henneke dalam Bachtiar (2006:20) menyebutkan ada lima *announcer skill* yaitu:

1. Komunikasi gagasan (*Communication of ideas*).
2. Komunikasi kepribadian (*Communication of personality).*
3. Proyeksi kepribadian (*Projection of personality*) yang mencakup keaslian, kelincahan, keramah-tamahan, dan kesanggupan menyesuaikan diri.
4. Pengucapan (*Pronounciation*).

5. Kontrol suara (voice control) yang meliputi pola titi nada (*pitch control*), kerasnya suara (*loudness*), tempo (*time*), dan kadar suara (*quality*).

b. Keterampilan menggunakan alat (*Operating skill)*

Jika dulu penyiar hanya bertugas berbicara depan mikrofon tanpa harus mengoperasikan peralatan audio, kini penyiar radio dituntut untuk dapat mengoperasikan peralatan radio tanpa operator.

Yulia (2010:47) mengatakan bahwa penguasaan peralatan audio menjadi mutlak bagi penyiar radio. Hal-hal yang harus dikuasai oelh penyiar radio di bidang tehnik, antara lain mampu menghidupkan dan mematikan pemancar sendiri, mampu mengoperasikan peralatan di ruang siaran seperti mixer, komputer dan program-program didalamnya serta mengetahui dan mampu mengontrol teknik penggunaan masing-masing alat.

c. Keterampilan memilih atau merangkai musik (*Musical Touch)*

Dalam tugas penyiaran setiap hari, penyiar radio selalu berhubungan dengan musik. Jika penyiar tidak menyukai lagu atau musik maka penyiar tersebut tidak akan maksimal dalam melaksankan tugas siarannya.

Yulia (2010:34) mengatakan bahwa seorang penyiar radio juga harus mampu membedakan dan mengetahui segala sesuatu yang

berhubungan dengan musik atau lagu, misalnya menyangkut jenis musiknya (rock, jazz, pop), beatnya (slow, medium atau up tempo), kapan lagu itu hits dan sebagainya.

2.1.7.6 Kategori Penyiar

Menurut Lesanpura dalam Triartanto (2010:50) penyiar dapat terbagi dalam sejumlah kategori yang bisa dikelompokkan menjadi penyiar:

1. Reportase. Penyiar berfungsi sebagai pewarya atau pembaca berita.
2. Entertainer – *variety show.* Penyiar yang bersangkutan berfungsi sebagai penghibur dalam gaya penyiarannya, biasanya ditempatkan pada format *variety show.*
3. Obrolan/ perbincangan. Penyiar jenis ini tampil berdua dengan membahas topik-topik yang actual atau masalah ringan tapi cukup menarik.
4. Program Musik – DJ. Penyiar kategori ini harus menguasai struktur lagu, rotasi lagu, serta menguasai teknik dan operasionalisasi siaran dan mampu berbicara secara indah di atas lagu yang sedang diputar, juga sebelum dan sesudah diputar *(technique of cue).*
5. Komedi. Penyiar jenis ini harus memiliki sense of humor yang baik. Mampu menyajikan materi siarannya dengan gaya yang lucu dan menghibur.
6. *Radio play*. Penyiar berperan sebagai layaknya seorang actor dan mampu menjadi pencerita yang handal.

Serta beberapa kategori lainnya yang menambah warna dan karakteristik dari penyiar-penyiar yang ada dalam sebuah radio.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pikir ini peneliti mencoba untuk menjelaskan pokok peneliti mengenai konstruksi makna cantik bagi penyiar Ardan Radio dalam proses perekrutan penyiar. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi sebagai panduan peneliti untuk lebih menggali secara mendalam bagaimana konstruksi sebuah makna.

Adapun paradigma dan teori yang memberi arahan untuk dapat menjelaskan makna cantik bagi Penyiar Ardan Radio adalah Fenomenologi dan Konstrusi realitas sosial.

2.3 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*social 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)

Dalam buku Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi. Menjelaskan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Social Contruction 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 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 (Kuswarno, 2009:112)

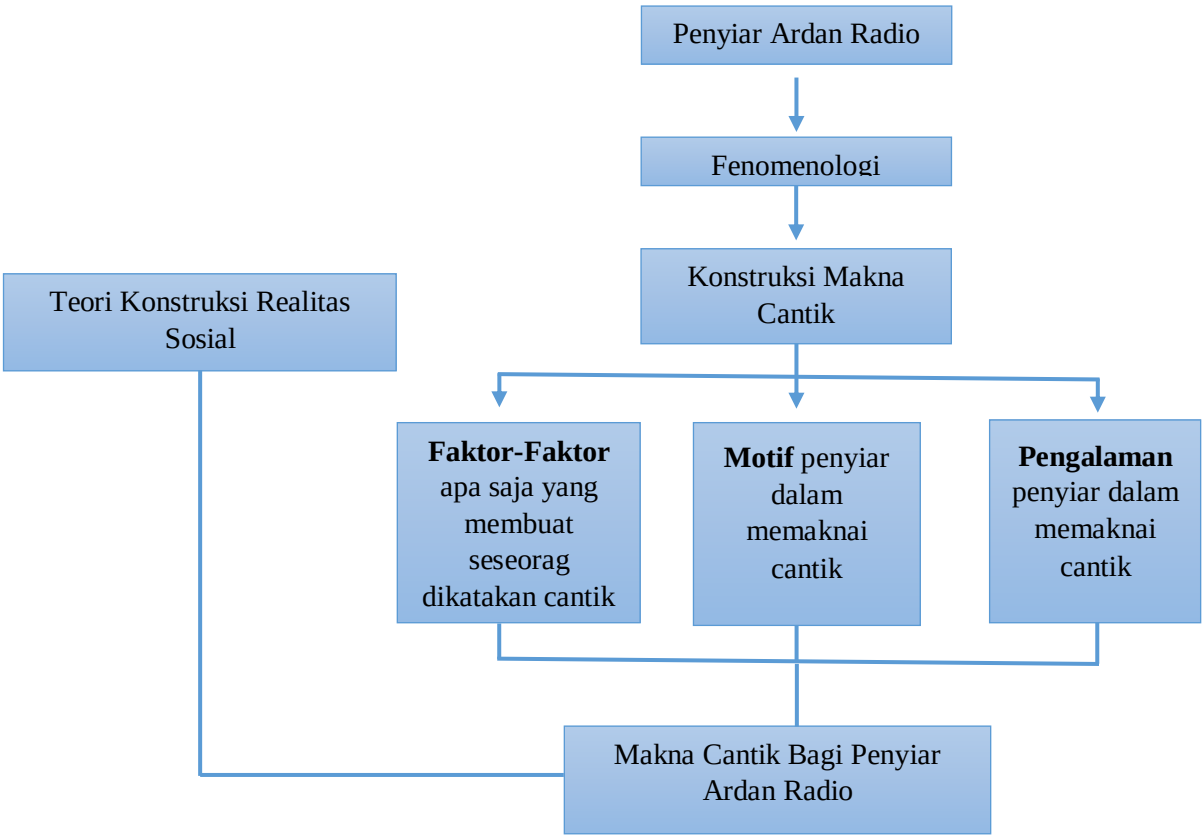
Dalam teori konstruksi sosial Menurut berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Berger memiliki kecenderungan untuk menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitsas sosial secara objektif memang ada (perspektif fungsionalis), namun maknanya berasal dari dan oleh hubunan sebjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionalis simbolik) (Poloma dalam Kuswarno, 2009:299)

Melalui penelitian ini peneliti berusaha untuk mengungkapkan makna cantik bagi Penyiar Ardan Radio. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang cantik (subjektif) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna cantik yang mereka pahami (objektif).

Berdasarkan pemaparan tersebut, makna cantik dapat dijelaskan dengan perspektif teori konstruksi realitas sosial. Mengetahui dan mengerti bagaimana konstruksi makna cantik bagi Penyiar Ardan Radio 105.9 FM Bandung.

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2018