

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Review Penelitian Sejenis

2.2 Penelitian Sejenis Pertama

Penelitian pertama berjudul “**Pemaknaan Citra Diri Pengguna Jejaring Sosial**” yang diteliti oleh Annisa Fitri Damayanti (2016) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif apa saja yang digunakan pengguna Path dalam menggunakan Path dan bagaimana mereka memaknai citra diri. **Teori** yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Motif dari Mc8-Quail.

Hasil dari penelitian ini adalah Pengguna *Path* menggunakan keempat motif dalam mengunggah moment di *Path*. *Diversion* motif dalam bentuk pelarian diri dari rutinitas dan pelepasan emosi. *Personal relationship* dalam bentuk hubungan dengan lingkungan sekitar dan mencari topik berkaitan dengan minat untuk diskusi dengan pengguna lain. *Personal identity* dalam bentuk mencari model atau teladan yang inspiratif baik dari keluarga maupun *public figure*, mencari nilai penguat kepribadian lewat pemahaman dan pengalaman. *Surveillance* berupa moment terkait dengan informasi yang bisa didapatkan.

Citra diri dimaknai melalui tiga tahapan *the looking glass self*, pada tahapan persepsi ditemukan bentuk citra diri sebagai pribadi yang ceria, boros, tertutup, terbuka, dan pekerja. Tahap interpretasi berupa citra sosok

yang berkelas dan gaul, gemar menghabiskan uang, mudah galau, jutek, family person, humors, jail, dan aktif dalam kegiatan. Tahap respon ditemukan adanya perasaan tidak peduli, tidak nyaman, terganggu, dan perasaan senang.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti tentang pemaknaan atas suatu fenomena. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori yang sama pula. Perbedaan nya terletak pada objek penelitian ini menjelaskan tentang pemaknaan citra diri pengguna jejaring sosial.

2.3 Penelitian Sejenis Kedua

Penelitian berjudul “**Makna Hidup Mahasiswa Penikmat Clubbing**” yang di teliti oleh Wahyuni Meilani Br. Tarigan (2017) dari Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas sanata dharma.

Tujuan dari penelitan ini adalah (1) Untuk mengetahui bagaimana penikmat clubbing menikmati masa lalunya. (2) Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa penikmat *clubbing* memandang masa depannya. (3) Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa penikmat clubbing meemaknai tanggung jawab sebagai mahasiswa. (4) Untuk mengetahui bagaimana penikmat *clubbing* memaknai tanggung jawab sebagai anak. (5) Untuk mengetahui bagaimana relasi mahasiswa penikmat dunia *clubbing*. (6) Untuk mengetahui bagaimana penikmat *clubbing* memaknai masalah-masalah yang dialami.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 aspek makna hidup penikmat clubbing.

Hasil dari penelitian ini adalah Subjek menikmati masa lalunya dengan kebosanan, kesepian dan sedih. Sehingga mereka mencari kesenangan semata untuk keluar dari masalah yang dialami. Mereka memandang masa depan dengan perubahan agar menjadilebh baik lagi. Mereka belum mampu bertanggung jawab sebagai mahasiswa dan anak. Tetapi mereka memiliki relasi yang luas dan cukup baik terhadap orang-orang disekitarnya, namun mereka cenderung clubbing ketika mereka dihadapkan pada suatu masalah.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti tentang makna dari suatu fenomena dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan studi fenomenologi. Perbedaannya hanya terletak pada objek yang di teliti.

2.4 Peneliian Sejenis Ketiga

Penelitian berjudul “**Konsep Diri Pria Make Up Artist**” yang di teliti oleh Kiki Adi Kesuma (2018) dari Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunkasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan memahami konsep diri pria make up artist di Kota Medan. **Teori** yang digunakan dalam pnelitian ini adalah psikologi komunikasi, konsep diri, keterbukaan diri, dan *stereotip gender*.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa ketiga informan pria yang bekerja menjadi seorang *make up artist* memiliki konsep diri positif. Konsep diri positif sendiri ditandai dengan beberapa hal, dua diantaranya adalah merasa setara dengan orang lain dan menerima pujian tanpa rasa malu. Mereka menyadari bahwa keputusan mereka untuk bekerja menjadi *make up artist* akan mendapatkan pandangan miring dari masyarakat karena masih banyak masyarakat yang menganggap pekerjaan tersebut kurang pantas untuk seorang pria, akan tetapi hal tersebut tidak membuat mereka merasa malu dengan pekerjaan mereka justru mereka sangat bangga. Walaupun masih ada pandangan miring terkait pekerjaan yang mereka pilih akan tetapi tidak sedikit yang memberikan pujian. Mereka menerima pujian tersebut tanpa rasa malu dan mereka menanggapi pujian tersebut tidak berlebihan. Mereka justru menjadikan pujian tersebut motivasi untuk belajar dan meningkatkan kemampuan mereka agar lebih baik lagi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas subjek yang sama yaitu *Make up Artist* dan menggunakan metode penelitian dan studi yang sama yaitu kualitatif fenomenologi. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti tentang Konsep Diri dari *Make up Artist* tersebut sedangkan penelitian penulis meneliti Makna Profesi dari seorang *Make Up Artist*.

Aspek Penelitian	PENELITI			
	Annisa Fitri Damayanti (2016)	Wahyuni Meilani Br. Tarigan (2017)	Kiki Adi Kesuma (2018)	Mellyana Apriliani Arifien (2019)
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret	Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas sanata dharma.	Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunkasi	Fakultas Komunikasi Universitas Islam Bandung	
Judul Penelitian	Pemaknaan Citra Diri Pengguna Jejaring Sosial	Makna Hidup Mahasiswa Penikmat <i>Clubbing</i>	Konsep Diri Pria <i>Make Up Artist</i>	Makna Profesi <i>Make Up Artis</i>
Tujuan Penelitian	<p>Untuk mengetahui motif apa saja yang pengguna path dalam menggunakan path.</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana mereka memaknaai citra diri.</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana penikmat <i>clubbing</i> menikmati masa lalunya</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa penikmat <i>clubbing</i> memandang masa depannya.</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa penikmat <i>clubbing</i> meemaknai tanggung jawab sebagai mahasiswa.</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana penikmat <i>clubbing</i> memaknai tanggung jawab sebagai anak.</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana relasi mahasiswa penikmat dunia <i>clubbing</i>.</p> <p>Untuk mengetahui bagaimana penikmat <i>clubbing</i> memaknai masalah-masalah yang dialami.</p>	<p>Untuk mengetahui dan memahami konsep diri pria <i>make up artist</i> di Kota Medan.</p>	<p>Untuk mengetahui Motiv Dalam Memilih Profesi <i>Make Up Artist</i>.</p> <p>Untuk mengetahui Pengalaman sebagai <i>Make Up Artist</i>.</p> <p>Untuk mengetahui <i>Make Up Artist</i> Memaknai Profesinya.</p>
Teori yang digunakan	Teori motif (Mc.Quail)	6 aspek makna hidup penikmat <i>clubbing</i> .	psikologi komunikasi, konsep diri, keterbukaan diri, dan stereotip gender.	Teori Fenomenologi, Teori interaksi simbolik, teori motif
Hasil Penelitian	Pengguna Path menggunakan keempat	Subjek menikmati masa lalunya dengan	bahwa ketiga informan pria yang bekerja	1. Hasil penelitian yang penulis lakukan

	<p>motif dalam mengunggah <i>moment</i> di <i>Path</i>. <i>Diversion</i> motif dalam bentuk pelarian diri dari rutinitas dan pelepasan emosi. <i>Personal relationship</i> dalam bentuk hubungan dengan lingkungan sekitar dan mencari topik berkaitan dengan minat untuk diskusi dengan pengguna lain. <i>Personal identity</i> dalam bentuk mencari model atau teladan yang inspiratif baik dari keluarga maupun <i>public figure</i>, mencari nilai penguat kepribadian lewat pemahaman dan pengalaman. <i>Surveillance</i> berupa <i>moment</i> terkait dengan informasi yang bisa didapatkan. Citra diri dimaknai melalui tiga tahapan <i>the looking glass self</i>, pada tahapan persepsi ditemukan bentuk citra diri sebagai pribadi yang ceria, boros, tertutup, terbuka, dan pekerja. Tahap interpretasi berupa citra sosok yang berkelas dan gaul, gemar menghabiskan uang, mudah galau, jutek, family person, humors, jail, dan aktif dalam kegiatan. Tahap respon ditemukan adanya perasaan tidak peduli, tidak nyaman, terganggu, dan perasaan senang.</p>	<p>kebosanan, kesepian dan sedih. Sehingga mereka mencari kesenangan semata untuk keluar dari masalah yang dialami. Mereka memandang masa depan dengan perubahan agar menjadilebh baik lagi. Mereka belum mampu bertanggung jawab sebagai mahasiswa dan anak. Tetapi mereka memiliki relasi yang luas dan cukup baik terhadap orang-orang disekitarnya, namun mereka cenderung <i>clubbing</i> ketika mereka dihadapkan pada suatu masalah.</p>	<p>menjadi seorang make up artist memiliki konsep diri positif. Konsep diri positif sendiri ditandai dengan beberapa hal, dua diantaranya adalah merasa setara dengan orang lain dan menerima pujian tanpa rasa malu. Mereka menyadari bahwa keputusan mereka untuk bekerja menjadi make up artist akan mendapatkan pandangan miring dari masyarakat karena masih banyak masyarakat yang menganggap pekerjaan tersebut kurang pantas untuk seorang pria, akan tetapi hal tersebut tidak membuat mereka merasa malu dengan pekerjaan mereka justru mereka sangat bangga. Walaupun masih ada pandangan miring terkait pekerjaan yang mereka pilih akan tetapi tidak sedikit yang memberikan pujian. Mereka menerima pujian tersebut tanpa rasa malu dan mereka menanggapi pujian tersebut tidak berlebihan. Mereka justru menjadikan pujian tersebut motivasi untuk belajar dan meningkatkan kemampuan mereka agar lebih baik lagi.</p>	<p>dengan melakukan wawancara ke lima narasumber yang peneliti ambil dengan kriteria tertentu, yaitu lima orang yang berprofesi sebagai make up artist di Kota Bandung yaitu, Belladiena, Sentauri, Amelia Wiratmadja, Citra Bestari dan Latifah Hanoum memiliki motif yang sama, yaitu mereka merasa cocok dengan profesi ini karena menjalani profesi dengan latar belakang hobi dan mempunyai basic skill dan mereka dibayar dengan melakukan hobi tersebut.</p> <p>2. Pengalaman ke lima narasumber ini selama beprofesi sebagai make up artist tidaklah banyak tantangan selama menjalankannya. Tetapi setelah lebih dari 5 tahun menjalankan profesi ini, selain tantangan yang mereka hadapi mreka pun mendapatkan banyak benefit. Dari mulai mendapatkan banyak informasi, membentuk identitas diri, mengembangkan hubungan antarpersonal, mengembangkan keterampilan komunikasi sportif, menambah relasi dan tentunya mendapatkan penhasilan.</p> <p>3. Mereka memaknai profesi make up artist ini sebagai sumber kebahagiaan. Yaitu kebahagiaan karena melakukan hobi yang di bayar, lalu kebahagiaan karena dapat membantu diri sendiri dan orang lain, bahkan profesi ini menjadi sarana mereka</p>
--	--	---	---	---

				untuk mengekspresikan diri dengan kemampuan yang mereka miliki.
Metode Penelitian	Metode Penelitian Kualitatif	Metode Penelitian Kualitatif	Metode Penelitian Kualitatif	Metode Penelitian Kualitatif

Sumber: Penulis

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis

2.5 Teori Fenomenologi

Secara harfiah, fenomenologi adalah suatu studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu, dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. Namun, fokus perhatian fenomenologi lebih luas dari hanya fenomena, yakni pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama (yang mengalaminya secara langsung). (Kuswarno : 2008).

Fenomenologi merupakan metode dan filsafat. Sebagai metode, fenomenologi membentangkan langkah-langkah yang harus diambil sehingga kita sampai pada fenomena yang murni. Fenomenologi mempelajari dan melukiskan ciri-ciri intrinsik fenomen-fenomen sebagaimana fenomen-fenomen itu sendiri menyingkapkan diri kepada kesadaran. Kita harus bertolak dari subjek (manusia) serta kesadarannya dan berupaya untuk kembali kepada “kesadaran murni”. Untuk mencapai bidang kesadaran murni, kita harus membebaskan diri dari pengalaman serta gambaran kehidupan sehari-hari. Sebagai filsafat, fenomenologi menurut Husserl memberi pengetahuan yang perlu dan esensial mengenai apa yang ada. Dengan demikian fenomenologi dapat dijelaskan sebagai metode kembali ke

benda itu sendiri (*Zu den Sachen Selbt*), dan ini disebabkan benda itu sendiri merupakan objek kesadaran langsung dalam bentuk yang murni.

Studi fenomenologi adalah studi yang berusaha mencari “esensi” makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Untuk menerapkan riset fenomenologis, peneliti bisa memilih antara fenomenologi hermeneutik (yang berfokus untuk “menafsirkan” teks teks kehidupan dan pengalaman hidup) atau fenomenologi transendental (dimana peneliti berusaha meneliti suatu fenomena dengan mengesampingkan prasangka tentang fenomena tersebut). (Creswell, 2015:viii)

Studi fenomenologis mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena. Para fenomenolog memfokuskan untuk mendeskripsikan apa yang sama/umum dari semua partisipan ketika mereka semua mengalami fenomena. Tujuan utama dari fenomenologi adalah untuk mereduksi pengalaman pribadi individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau intisari universal. (Creswell, 2015:105). Deskripsi ini terdiri dari “apa” yang mereka alami dan “bagaimana” mereka mengalaminya. (Moustakes, 1994. Dalam Creswell 2015:105).

Fenomenologi juga berupaya mengungkapkan tentang makna dari pengalaman seseorang. Makna tentang sesuatu yang dialami seseorang akan sangat tergantung bagaimana orang berhubungan dengan sesuatu itu. Sejalan dengan itu, menurut Littlejohn dan Foss (2005:38), fenomenologi berkaitan dengan penampakan suatu objek, peristiwa, atau suatu kondisi dalam persepsi

kita. Pengetahuan berasal dari pengalaman yang disadari, dalam persepsi kita. Dalam hal ini, fenomenologi berarti membiarkan sesuatu datang mewujudkan dirinya sebagaimana adanya. Dengan demikian, di satu sisi, makna itu muncul dengan cara membiarkan realitas/fenomena/pengalaman itu membuka dirinya. Di sisi lain, makna itu muncul sebagai hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya. Berikut adalah beberapa pengertian fenomenologi lainnya:

- Fenomenologi adalah studi tentang esensi-esensi, misalnya esensi persepsi, esensi kesadaran, dsb
- Fenomenologi merupakan filsafat yang menempatkan kembali esensi- esensi dalam eksistensi, bahwa manusia dan dunia tidak dapat dimengerti kecuali dengan bertitik tolak pada aktivitasnya
- Fenomenologi adalah suatu filsafat transendental yang menanggukansikap natural dengan maksud memahaminya secara lebih baik
- Fenomenologi merupakan filsafat yang mengganggu dunia selalu “sudah ada”, mendahului refleksi, sebagai suatu kehadiran yang tak terasingkan, yang berusaha memulihkan kembali kontak langsung dan wajar dengan dunia dapat diberi status filosofis
- Fenomenologi adalah ikhtiar untuk secara langsung melukiskan pengalaman kita sebagaimana adanya, tanpa memperhatikan asal-usul psikologisnya dan keterangan kausal yang dapat disajikan oleh ilmuwan, sejarawan, dan sosiolog.

Sedangkan menurut Engkus bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani phainomai yang berarti menampak. Phanomenon merujuk pada yang menampak. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam

pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. (Engkus, 2009: 1).

Husserl sangat tertarik dengan penemuan makna dan hakikat dari pengalaman. Dia berpendapat bahwa terdapat perbedaan antara fakta dan esensi dalam fakta, atau dengan kata lain perbedaan antara yang real dan yang tidak.

Fenomenologi merupakan upaya pemberangkatan dari metode ilmiah yang berasumsi bahwa eksistensi suatu realitas tidak orang ketahui dalam pengalaman biasa. Fenomenologi membuat pengalaman yang dihayati secara aktual sebagai data dasar suatu realitas. Kata What dan Berg (1995:417). Jadi, peneliti dalam studi fenomenologi tidak tertarik mengkaji aspek-aspek kausalitas dalam suatu peristiwa, tetapi berupaya menggeledah tentang bagaimana orang melakukan sesuatu pengalaman beserta makna pengalaman itu bagi dirinya. (Hasbiansyah hlm.170)

Dalam tradisi penelitian teori ilmu sosial dan komunikasi terdapat beberapa pendekatan yang bisa dijadikan untuk memahami dan menganalisis gejala sosial yang terdapat ditengah-tengah masyarakat. Salah satu yang termasuk dalam pendekatan teori ilmu komunikasi adalah pendekatan fenomenologi. Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Teori komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi

berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka, sehingga mereka, dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa tradisi fenomenologi ini lebih memperhatikan pada penekanan persepsi dan interpretasi dari pengalaman individu-individu manusia.

Berdasarkan pemikiran fenomenologi, sebuah peristiwa tidak dapat memiliki makna sendiri, kecuali manusia membuatnya menjadi bermakna. Berikut tiga prinsip dasar fenomenologi yang dikemukakan oleh Deetz (Ardianto dan Q- Anees, 2007 : 127,128) yaitu :

1) Bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu. Jadi, fenomenologi lebih mengitari penelitian untuk pemahaman subjektif ketimbang mencari objektivitas sebab akibat dan penjelasan universal.

2) Makna adalah derivasi dari potesialitas dari sebuah objek atau pengalaman yang khusus dari kehidupan pribadi. Dalam artian, makna yang berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup.

3) Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia alami dan makna, dibangun melalui bahasa. Schutz, sebagai orang pertama yang menerapkan fenomenologi. Dalam penelitian ilmu sosial mengatakan, baginya tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan

itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. (Kuswarno. 2009 : 17).

2.6 Teori Motif

Menurut Sherif & Sherif, menyatakan motif sebagai suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut. (Sobur, 2003:267)

Menurut Schutz dalam buku Engkus Kuswarno yang membahas tentang motif seseorang untuk melakukan sebuah tindakan, Schutz mengatakan sulit untuk menemukan motif yang pasti dari seseorang. Keputusan Schutz pada saat itu akhirnya membuat suatu fase historis, yaitu masa lalu dan masa yang akan datang. Motif masa lalu yang disebut oleh Schutz *because motive*, dan motif yang akan datang itu dengan sebutan *in-order-to motiv*.

A. *Because Motive* (Motif karena)

Motif karena ini berkaitan dengan tindakan yang terjadi di masa lalu.

B. Motif Untuk (*In Order to Motive*)

Motif untuk ini berkaitan dengan perilaku yang ada di masa mendatang.

Dari teori yang sudah dijelaskan diatas kaitannya dengan penelitian penulis adalah pada zaman millennial ini profesi *make up artist* sudah dengan

mudah untuk di nobatkan kepada seseorang. Dulu, *make up artist* hanya bisa didapatkan oleh seseorang yang sudah melewati sekolah *make up* dan mempunyai sertifikat khusus, dan *make up artist* dipakai untuk menyebut seseorang yang pekerjaannya memoleskan *make up* di wajah *artist*.

Namun, di jaman millenial ini sebutan *Make Up Artist* bisa didapatkan siapapun, tidak butuh sekolah *make up* maupun sertifikat khusus, tetapi dengan hanya menguasai alat, teknik dan mengikuti *make up* yang sedang *trend* dan pernah menaruh hasil *make up* pada orang lain, orang tersebut dapat dipanggil dengan sebutan *make up artist*. Kejadian seperti ini masuk kedalam gejala fenomenologi karena seseorang terlibat dengan suatu peristiwa yang terjadi.

Menurut teori yang dipaparkan oleh Schutz mengenai motif, dalam penelitian ini peneliti menanyakan motif pada 5 orang yang berprofesi sebagai *make up artist*. dilihat dari teori Schutz jika dikaitkan dengan penelitian ini ada dua motif yaitu yang pertama *in order to motives* apakah profesi *make up artist* ini akan terus menjadi pekerjaan tetap di masa depan. Yang kedua yaitu *because motives* yaitu mengapa memilih profesi sebagai *make up artist*

2.7 Konsep Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi Antarpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya. Atau dengan kata lain, komunikasi antarpersonal adalah salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan,

gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya.

Komunikasi antarpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi antarpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dalam suatu hubungan interpersonal antara dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna.

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi antarpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada sesama serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun. Komunikasi memungkinkan terjadinya kerja sama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat mempengaruhi efektifitas

sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi, baik simbol verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan.

2.4.1. Komunikasi Interpersonal Sebagai Pengalaman

Salah satu hal yang harus ada di dalam komunikasi interpersonal adalah kecakapan dari kedua belah pihak. Kecakapan komunikasi interpersonal bukan hanya keterampilan berbicara. Namun, banyak kecakapan lain yang harus diperhatikan, misalnya, keterampilan sopan santun, kecakapan bertanya, memiliki empati, dan kecakapan yang lainnya. Komunikasi interpersonal juga dapat mempengaruhi perubahan sikap seseorang. Dalam perubahan sikap ini, komunikasi interpersonal berperan sebagai pengalaman agar kejadian tersebut tidak terulang untuk kedua kalinya. Di samping itu, kredibilitas komunikator juga dapat berpengaruh besar dalam perubahan sikap seseorang. Misalnya dari pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat memotivasi seseorang untuk melakukan perubahan sikapnya.

Pengalaman atau experience adalah sejumlah memori yang dimiliki individu sepanjang perjalanan hidupnya. Pengalaman masing-masing individu akan berbeda-beda tidak akan persis sama, bahkan pasangan anak kembar pun yang dibesarkan sama-sama dalam lingkungan keluarga yang sama pengalamannya tidak akan persis sama bahkan mungkin akan berbeda. Perbedaan pengalaman antara

individu (bahkan antar anak kembar) ini bermula dari perbedaan persepsi masing-masing tentang sesuatu hal.

Perbedaan persepsi tersebut banyak disebabkan karena perbedaan kemampuan kognitif antara individu termasuk anak kembar tersebut, sedangkan bagi individu yang saling berbeda budaya tentu saja perbedaan persepsi tersebut karena perbedayaan budaya. Perbedaan persepsi tersebut kemudian ditambah dengan perbedaan kemampuan penyimpanan hal yang dipersepsi tadi dalam storage sirket otak masing-masing individu tersebut menjadi long-term memory-nya. Setelah itu perbedaan akan berlanjut dalam hal perbedaan kemampuan mereka memanggil memori mereka jika diperlukan.

Perbedaan pengalaman tentu saja menjadi hambatan dalam Komunikasi antarpersonal, karena seperti telah di bahas di muka bahwa terjadinya heterophilious karena salah satunya diakibatkan perbedaan pengalaman. Sehingga jika terjadi heterophilious maka proses Komunikasi antarpersonal tidak akan berjalan dan tujuan penyampaian pesan pun tidak akan tercapai.

Komunikasi antar pribadi juga memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Membentuk Identitas Diri

Fungsi komunikasi antar pribadi yang pertama adalah membentuk identitas diri. Dalam artian bahwa komunikasi antar pribadi dapat membantu kita membentuk identitas diri yang didasarkan pada hubungan dan pencitraan diri.

2. Memahami Diri dan Orang Lain

Dalam sistem komunikasi interpersonal atau sistem komunikasi antar pribadi, memahami diri dan orang lain sangatlah penting. Pemahaman kita tentang diri sendiri dan orang lain dapat diperoleh melalui interaksi yang kita lakukan dengan orang lain dan bersedia membuka diri atau *self-disclosure* kepada orang lain. Salah satu pengaruh *self-disclosure* dalam komunikasi antar pribadi diantaranya adalah meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal.

3. Mengembangkan Hubungan antarpersonal

Komunikasi antar pribadi dapat membantu kita terhubung dengan orang lain, membentuk serta mengembangkan hubungan yang baik. Sebagai makhluk sosial tentunya kita membutuhkan orang lain untuk mengurangi tekanan dan terhindar dari kesendirian. Membina hubungan dengan orang lain memungkinkan kita untuk saling berbagi dan menjadikan kita menjadi lebih positif terhadap diri sendiri.

4. Menyesuaikan Diri

Komunikasi antar pribadi yang baik memungkinkan kita untuk melihat ke dalam realitas orang lain. Misalnya, mengembangkan hubungan interpersonal dengan seseorang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda dengan kita dapat memperluas sudut pandang yang kita miliki. Masing-masing individu memiliki gaya interpersonal sendiri namun kita menyesuaikan diri dengan suara, bentuk, dan isi pesan yang mereka kirimkan. Salah satu dari teori-teori

komunikasi antar pribadi yang menjelaskan tentang hal ini adalah teori akomodasi komunikasi. Teori ini menyatakan bahwa pembicara akan menyesuaikan atau mengakomodasi gaya berbicara pendengar dalam rangka untuk memperoleh persetujuan sosial dan efisiensi komunikasi yang lebih besar.

5. Memperoleh Informasi

Selama berlangsungnya proses komunikasi antar pribadi atau proses komunikasi interpersonal berbagai informasi dan pengetahuan tentang orang lain tersaji dengan melimpah. Hal ini dapat membantu kita untuk berkomunikasi secara lebih efektif dengan orang lain. Mengenal orang lain dapat membantu kita memprediksi apa yang mereka pikirkan, rasakan, dan tindakan mereka.

6. Mengurangi Ketidakpastian

Terkait dengan informasi yang diperoleh selama proses komunikasi, berbagai informasi yang kita bagi dengan orang begitu juga sebaliknya dapat mengurangi sejumlah ketidakpastian yang dialami. Memperoleh informasi yang diperlukan memberikan dampak pada bertambahnya pengetahuan yang kita miliki.

7. Mempengaruhi Orang Lain

Komunikasi antar pribadi terkadang digunakan untuk mencapai beberapa tujuan salah satunya adalah untuk mempengaruhi orang lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, umumnya kita menggunakan teknik komunikasi persuasif agar orang bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu, dan

lain sebagainya. Selain menggunakan teknik komunikasi persuasif, kemampuan untuk mempengaruhi orang lain juga ditunjang dengan keterampilan keasertifan yang membantu dalam menciptakan dan membina hubungan.

8. Manajemen Konflik

Ketika kita berinteraksi dengan orang lain tak jarang akan terjadi konflik. Konflik interpersonal atau konflik antar pribadi merupakan salah satu dampak ketidakefektifan komunikasi antar pribadi atau disebut juga sebagai dampak komunikasi interpersonal yang tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam hubungan antar pribadi dapat membawa emosi yang negatif. Namun perlu dipahami pula bahwa konflik tidak selalu berdampak negatif atau tidak produktif bagi partisipan komunikasi.

Beberapa hasil studi menunjukkan bahwa kuantitas konflik dalam sebuah hubungan tidak sepenting bagaimana konflik itu ditangani. Ketika kita dapat menangani konflik dengan baik maka akan mengarah pada kepuasan hubungan. Berbagai jenis manajemen konflik yang dapat dilakukan adalah bersaing, berkolaborasi, akomodasi, penghindaran, dan kompromi.

9. Mengembangkan Keterampilan Komunikasi Suportif

Komunikasi suportif adalah komunikasi interpersonal yang membantu individu untuk berkomunikasi secara akurat terutama dalam situasi dan kondisi yang sulit. Komunikasi suportif berusaha untuk meningkatkan kualitas hubungan

yang positif antara kita dan orang lain ketika menangani suatu masalah dengan cara memberikan umpan balik negatif atau mengatasi masalah yang sulit.

10. Mendeteksi Kebohongan

Komunikasi antar pribadi dapat berfungsi untuk mendeteksi kebohongan seseorang. Hasil studi menunjukkan bahwa metode verbal yang digunakan untuk mendeteksi kebohongan jauh lebih baik dibandingkan dengan metode nonverbal walaupun secara umum terdapat beberapa pandangan yang mengatakan hal sebaliknya. Mendeteksi kebohongan dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan metode wawancara. Melalui wawancara, pewawancara dapat mengidentifikasi ketidakonsistenan antara jawaban dan bukti yang ada. Selain itu, berbagai petunjuk nonverbal seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuh dalam komunikasi lainnya juga dapat digunakan untuk mengungkapkan kebenaran dibalik kebohongan yang dilakukan oleh manusia.

2.4.2. Persepsi mendasarkan pada pengalaman.

Dikemukakan bahwa pola-pola perilaku seseorang itu berdasarkan persepsi mengenai realitas sosial yang telah dipelajarinya (pada masa lalu). Artinya, persepsi kita terhadap seseorang, objek, atau kejadian, dan reaksi kita terhadap hal-hal itu amat tergantung pada pengalaman masa lalu berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Seperti halnya cara kita bekerja, menilai pekerjaan yang baik bagi kita, cara kita makan, cara kita menilai kecantikan; semua ini amat tergantung pada apa yang telah diajarkan budaya kita mengenai hal-hal tersebut.

Kita melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingan subjektif kita sendiri.

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal dan faktor eksternal. Sifat dari persepsi adalah persepsi mendasarkan pada pengalaman.

Mar'at (1981) mengatakan bahwa persepsi adalah suatu proses pengamatan seseorang yang berasal dari suatu kognisi secara terus menerus dan dipengaruhi oleh informasi baru dari lingkungannya. Riggio (1990) juga mendefinisikan persepsi sebagai proses kognitif baik lewat penginderaan, pandangan, penciuman dan perasaan yang kemudian ditafsirkan. Mar'at (Aryanti, 1995) mengemukakan bahwa persepsi di pengaruhi oleh faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan terhadap objek psikologis. Faktor fungsional atau faktor yang bersifat personal antara kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan lain-lain yang bersifat subyektif.

Pengalaman mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah kita hadapi. Inilah yang menyebabkan seorang ibu segera melihat hal yang tidak beres pada wajah anaknya atau pada petunjuk kinesik

lainnya. Ibu lebih berpengalaman mempersepsi anaknya daripada bapak. Ini juga sebabnya mengapa kita lebih sukar berdusta di depan orang yang paling dekat dengan kita.

Mendengar apa yang diharapkan akan didengar. Pengalaman-pengalaman masa lampau mengarahkan seseorang untuk mendengarkan sesuatu hal yang memang diharapkannya. Sebagai contoh, seorang pekerja yang telah terbiasa dikritik akan tetap merasa dikritik meskipun atasannya mengungkapkan kata-kata yang bersifat memuji.

Pengamatan yang berbeda. Kata-kata, tindakan, dan kejadian- kejadian akan diamati berdasarkan nilai-nilai individual dan pengalaman dari Penerima. Wilbur Schramm (Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experience*) merupakan faktor penting juga dalam komunikasi.

Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain. Sebagai contoh seperti yang diungkapkan oleh Sendjaja(1994:33) yakni : Si A seorang mahasiswa ingin berbincang-bincang mengenai perkembangan valuta asing dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Bagi si A tentunya akan lebih mudah dan lancar

apabila pembicaraan mengenai hal tersebut dilakukan dengan si B yang juga sama-sama mahasiswa. Seandainya si A tersebut membicarakan hal tersebut dengan si C, seorang pemuda desa tamatan SD tentunya proses komunikasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya seperti yang diharapkan si A. Karena antara si A dan si C terdapat perbedaan yang menyangkut tingkat pengetahuan, pengalaman, budaya, orientasi dan mungkin juga kepentingannya.

Contoh tersebut dapat memberikan gambaran bahwa proses komunikasi akan berjalan baik atau mudah apabila di antara pelaku (sumber dan penerima) relatif sama. Artinya apabila kita ingin berkomunikasi dengan baik dengan seseorang, maka kita harus mengolah dan menyampaikan pesan dalam bahasa dan cara-cara yang sesuai dengan tingkat pengetahuan, pengalaman, orientasi dan latar belakang budayanya. Dengan kata lain komunikator perlu mengenali karakteristik individual, sosial dan budaya dari komunikan.

2.8 Teori Representasi

Teori ini berasal dari awal abad ke-20. Asumsi utama dalam teori ini adalah setiap kata memiliki makna. Secara lebih lanjut, teori ini berargumen bahwa manusia mengasosiasikan setiap kata dengan pengalaman mereka terhadap kata tersebut (baik secara langsung maupun tidak langsung), oleh karena itu teori ini disebut juga sebagai teori referensi/representasi karena setiap kata harus memiliki pengalaman yang menjadi referensi/representasi dari kata tersebut.

Teori Representasi (*Theory of Representation*) yang dikemukakan oleh Stuart Hal menjadi teori utama yang melandasi penelitian ini. Pemahaman utama dari teori representasi adalah penggunaan bahasa (*language*) untuk menyampaikan

sesuatu yang berarti (*meaningful*) kepada orang lain. Representasi adalah bagian terpenting dari proses dimana arti (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antara anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi adalah mengartikan konsep (*concept*) yang ada di pikiran kita dengan menggunakan bahasa. Stuart Hall secara tegas mengartikan representasi sebagai proses produksi arti dengan menggunakan bahasa.

Bisa berbicara dan bisa membaca, dua hal tersebut selalu menjadi tolak ukur untuk mengukur seberapa pintar seorang anak. Untuk dapat mengerti teori ini kita harus mengingat dan melihat perkembangan anak-anak. Seorang anak ketika sudah sadar akan dunia disekitarnya dipenuhi rasa ingin tahu, pengalaman mereka (baik melalui observasi ataupun diajarkan oleh orangtua) akan membangun bagaimana mereka memaknai setiap pengalaman yang mereka alami.

Seorang anak kecil yang penasaran memegang sebuah benda merah, ia pun bertanya pada ibunya “apa itu?” Ibunya menjawab “Itu namanya cabai”; Anak itu sekarang tahu benda itu bernama cabai. Anak tersebut penasaran dan mencoba memakan menangis karena rasa tidak enak dimulutnya dan lidahnya serasa terbakar, sang ibu pun memberitahu bahwa “cabai itu pedas”; Anak itu sekarang tahu bahwa cabai itu pedas dan pedas itu berarti rasa yang tidak enak dimulut.

Cerita tersebut adalah inti dari teori ini, dimana pengalaman seseorang akan terus berkembang dan akan menambah makna dari setiap kata. Secara psikologis hal ini dinamakan dengan stimulus-respon, setelah mengalami sesuatu seseorang akan belajar untuk merespon hal tersebut, seiring dengan bertambahnya

pengalaman maka proses stimulus-respon seseorang akan menjadi semakin lengkap.

Secara lebih lanjut Richard (1925) menyatakan bahwa proses komunikasi baru bisa berjalan ketika para komunikator memiliki pengalaman yang serupa."Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penggunaan symbol secara sedemikian rupa sehingga referensi yang disampaikan akan menyerupai referensi yang mirip dan relevan dengan referensi pendengar". Penggunaan bahasa dan budaya yang sama juga membantu untuk menyamakan referensi dalam berkomunikasi.

Teori ini adalah teori populer dan menguasai definisi mengenai makna pada abad ke-20, teori ini cukup sederhana untuk dipahami dan sangat logis, pengikut teori ini seperti Osgood (1963) secara lebih lanjut berusaha menggali teori ini lebih dalam dengan menambahkan mediasi sebagai jembatan antara simbol dan pikiran. Mediasi terjadi ketika seseorang mendengar sebuah kata, seseorang akan menggali berbagai macam rujukan dan akhirnya akan merespon terhadap kata tersebut sesuai dengan rujukan yang sesuai. Semakin kuat stimulus yang diberikan semakin kuat dan akurat juga respon yang diberikan oleh orang tersebut.

Teori ini juga membuat referensi menjadi lebih penting. Tidak seperti teori sebelumnya, seseorang tidak diharuskan untuk memiliki referensi yang sama terhadap suatu kata, mediasi memungkinkan untuk mempunyai komponen – komponen referensi lainnya yang memungkinkan suatu komunikasi dapat tetap berjalan. Contoh dari hal ini adalah ketika kita mendengar kata "lansia", kata

lansia diasosiasikan dengan kata “tua, baik hati, kerutan wajah, rumah jompo, sakit-sakitan, dan masih banyak lagi”, dengan memakai teori Osgood kita tidak diharuskan untuk memiliki seluruh pengalaman yang sama dengan komunikator lain, cukup untuk memiliki sebagian dari pengalaman tersebut maka komunikasi pun dapat berjalan.

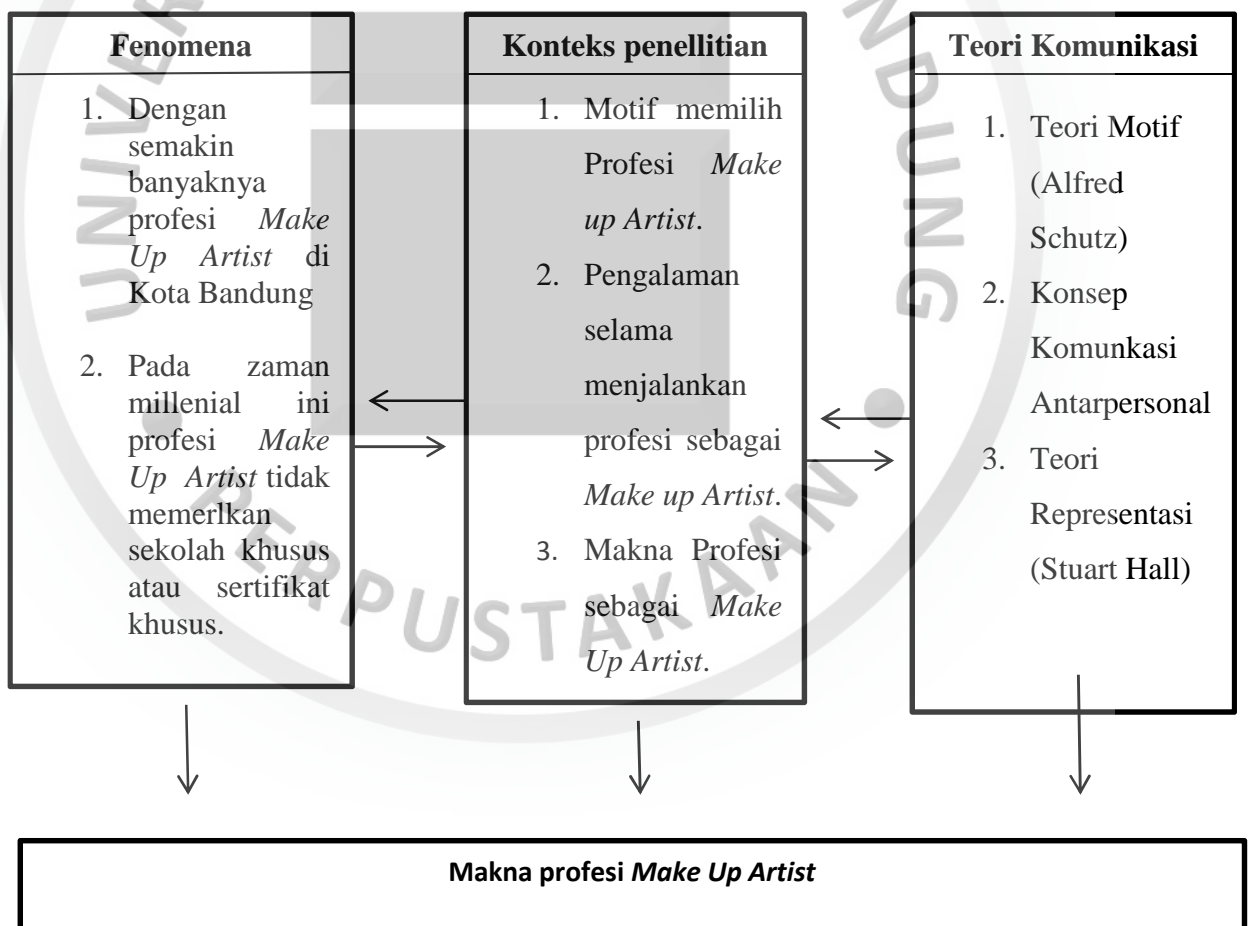
Secara tidak langsung, teori ini membuka banyak ruang penelitian baru, terutama konsep ruang semantik. Konsep ini membuat makna, sesuatu yang dahulu personal dan ambigu menjadi penelitian yang dapat diukur secara *scientific*. Penelitian ruang semantik merupakan penelitian yang populer di bidang komunikasi, psikologi dan sosiologi pada pertengahan abad 20, dimana penelitian ini membuka banyak hal baru mengenai dimensi- dimensi dalam makna.

Konsep ruang semantik membuka penelitian baru yang akhirnya membuka pandangan baru tentang teori ini. Berlo (1960) memakai teori ini untuk menjelaskan proses komunikasi. Ia menambahkan elemen baru terhadap teori ini yaitu stimuli, menurut Berlo ada 2 stimuli yaitu stimuli Proximal dan stimuli distal.

Stimuli proximal adalah stimuli langsung melalui kontak fisik dengan sesuatu (memegang suatu benda, memakan makanan, mencium bau tak sedap, dll sbg). Stimuli distal adalah stimuli tidak langsung melalui observasi terhadap suatu reaksi (melihat dan mendengar seseorang digigit ular). Berlo mengatakan bahwa “seseorang mulai merespon terhadap stimulus distal dengan membayangkan apa responnya bila dia melakukan kontak fisik secara langsung (stimuli proximal). Kembali ke teori awal, Berlo menambahkan bagian lain dari teori yang sudah ada

.dan berusaha menjelaskan bagaimana seseorang memaknai sesuatu secara internal dan eksternal. Teori ini sampai saat ini masih terus dipakai (meskipun secara terbatas) karena untuk komunikasi yang simpel (terutama interpersonal) teori ini masih sangat relevan. Teori ini mengutamakan hubungan antara bahasa dan makna melalui persepsi berdasarkan pengalaman, teori ini secara utuh mampu menjelaskan awal mula komunikasi serta untuk meneliti bagaimana seseorang mampu menyampaikan, menerima dan berbagi makna kepada orang lain.

2.6 Kerangka Pikir



Gambar 2.1

Kerangka Pikir