

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam bab ini peneliti melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk menemukan perbedaan dan persamaan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang terdahulu dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Selain itu, dalam bab ini peneliti memasukan unsur-unsur ilmu pengetahuan khususnya dari perspektif ilmu komunikasi. Berikut pemaparan secara rincinya.

2.1.1 Penelitian Terdahulu Dadang S. Anshori

Dadang S. Anshori berasal dari Universitas Pendidikan Indonesia “UPI” Jawa Barat, Bandung dengan judul penelitian “Terorisme dalam Pemberitaan Majalah Tempo”. Berdasarkan pengamatan peneliti, penelitian yang telah dilakukan oleh Dadang S. Anshori secara tulisan ini dilandasi kenyataan bahwa penggunaan kosata dan kalimat dapat menggambarkan dan merepresentasi peristiwa atau fakta. Dengan berlandaskan pada teori Fowler, kosakata dan kalimat dijadikan alat analisis dalam membongkar ideologi pemberitaan terorisme pada majalah Tempo. Ideologi dan keberpihakan Tempo ditunjukkan dengan kosakata dan kalimat yang membangun opini dan peristiwa terorisme yang disajikan. Berdasarkan hasil analisis dapat diungkapkan:

1. Majalah Tempo menggunakan beragam kata untuk memberikan atribut terorisme yang semuanya bermakna pejoratif. Tempo menggunakan kosakata untuk mengklasifikasi, pembatasan pandangan, pertarungan wacana, dan upaya marginalisasi pelaku. Praktik ini diperkuat dengan penggunaan metafora dan generalisasi dalam beberapa argumentasi yang dapat dipandang “tendensius”.
2. Penggunaan kalimat aktif-transitif atributif mendominasi memungkinkan subjek dan objek peristiwa disampaikan secara terang dan terbuka. Tempo juga menggunakan kalimat negasi untuk melakukan marginalisasi pelaku, terutama untuk memperburuk citra pelaku teroris.
3. Adanya perluasan kata-kata dan kalimat yang tidak hanya terfokus pada istilah keagamaan (Islam), mengingat dalam pemberitaan terorisme kali ini, pelaku yang walaupun memiliki jaringan dengan pelaku lama, dianggap sebagai wajah-wajah baru yang kegiatan kesehariannya tidak bersentuhan langsung dengan kegiatan keagamaan.

2.1.2 Penelitian Terdahulu Kurnia Irianti

Kurnia Irianti berasal dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan judul "Analisis Wacana Mengenai Toleransi Beragama dalam SKH Umum Kompas Edisi Tahun 2010". Berdasarkan pengamatan peneliti, penelitian yang telah dilakukan oleh Kurnia Irianti secara tulisan mengacu kepada kenyataan bahwa penggunaan kosata dan kalimat dapat menggambarkan

dan merepresentasi peristiwa atau fakta. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini antara lain bahwa Wacana yang dibangun SKH Kompas pada kasus pemberitaan toleransi beragama yaitu wacana yang membangun opini pembaca bahwa toleransi beragama merupakan suatu sikap untuk menghormati, saling menghargai dan memahami hak asasi manusia atau kelompok dalam hal memilih keyakinan masing-masing dalam beragama tanpa ada unsur paksaan memasuki agama ataupun tindak diskriminasi dalam menjalankan keyakinannya tersebut. SKH Kompas dalam mewacanakan kasus toleransi beragama dengan menggunakan kosakata tertentu dan penggunaan tata bahasa (*sintaksis*) yang memposisikan bahwa kelompok minoritas sebagai aktor utama sehingga content (isi) beritanya lebih terfokus pada kelompok minoritas mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan, tindak anarkis dari kelompok yang mayoritas.

— Persamaan dan perbedaan penelitian yang telah dilakukan oleh terdahulu dan penelitian yang sedang diteliti disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian yang sedang Diteliti dengan
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Persamaan Dengan Penelitian	Perbedaan Dengan Peneliti	Kesimpulan
1	Dadang S. Anshori	Terorisme Dalam Pemberitaan Majalah Tempo	Metode Penelitian Kualitatif	Memakai analisis wacana pendekatan Roger Fowler dkk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media Massa(majalah) sebagai media penelitian 2. Penelitian yang dilakukan oleh Dadang S. anshori tidak mencantumkan daftar isi, pembatasan masalah dan pengertian istilah, serta tidak adanya bab tinjauan pustaka. Sedangkan peneliti mencantumkan bab daftar isi, pembatasan masalah dan pengertian istilah, serta tinjauan pustaka. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian yang dilakukan oleh Dadang s anshori tidak mencantumkan daftar isi, pembatasan masalah dan pengertian istilah, serta tidak adanya bab tinjauan pustaka. Sedangkan peneliti mencantumkan bab daftar isi, pembatasan masalah dan pengertian istilah, serta tinjauan pustaka. 2. Kedua penelitian mengkaji media (massa) dengan studi analisis wacanapendekatan Roger Fowler dkk
2	Kurnia Irianti	Toleransi Beragama Dalam SKH Umum Kompas Edisi Tahun 2010	Metode Penelitian Kualitatif	Memakai analisis wacana pendekatan Roger Fowler dkk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media Massa(koran) sebagai media penelitian 2. Penelitian yang dilakukan Kurnia Irianti tidak mencantumkan bab identifikasi masalah, Sumber data, dan teknik pengumpulan data. Sedangkan peneliti mencantumkan bab identifikasi masalah, sumber data, dan teknik pengumpulan data. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia irianti tidak mencantumkan identifikasi masalah, sumber data, dan teknik pengumpulan data. Sedangkan peneliti mencantumkan bab identifikasi masalah, sumber data, dan teknik pengumpulan data. 2. Kedua penelitian mengkaji media (massa) dengan studi analisis wacanapendekatan Roger Fowler dkk

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media Sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya. Para pengguna/*user* media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Jika kita mencari definisi media sosial di mesin pencari Google, dengan mengetikkan kata kunci "*social media meaning*", maka Google menampilkan pengertian media sosial sebagai "*websites and applications used for social networking*" *website* dan aplikasi yang digunakan untuk jejaring sosial.

Dewasa ini, media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Jadi media sosial itu sudah menjadi sebuah keharusan di dewasa ini karena semakin berkembangnya teknologi jadi semua orang bisa mencurahkan pemikirannya di media sosial.

A. Karakteristik Media Sosial

Pada dasarnya media sosial mempunyai karakteristik atau ciri-ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper

3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

B. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki jenis tergantung kegemaran para pemakainya.

Berikut jenis media sosial yang populer digunakan di Indonesia antara lain:

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Youtube
- d. Blog
- e. Google Plus

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu:

1. *Social Networks*, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll).
2. *Discuss*, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dll).
3. *Share*, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, musik, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll).
4. *Publish*, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dll).

5. *Social game*, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe. com, dll).
6. *MMO* (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll).
7. *Virtual worlds* (habbo, imvu, starday, dll).
8. *Livecast* (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll).
9. *Livestream* (socializr, froendsfreed, socialthings, dll).
10. *Micro blog* (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll).

Media sosial meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain di manapun mereka bereda dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam. Media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Apabila kita dapat memnfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dll.

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll. Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang

mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

2.3 Komunikasi

2.3.1 Definisi Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki beberapa kebutuhan dasar. Salah satunya adalah kebutuhan untuk bersosialisasi dengan makhluk sosial lainnya yang dinamakan komunikasi. Secara garis besar komunikasi adalah penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan, dalam penyampaian diharapkan terjadinya *feedback* atau umpan balik.

— Menurut Sirait, tentang pengertian komunikasi adalah sebagai berikut:

Suatu tingkah laku perbuatan atau kegiatan penyampain atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, atau perbuatan penyampain gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Atau lebih jelasnya, suatu pemindahan informasi mengenai pikiran dan perasaan-perasaan. (Sirait, 1982:11).

Komunikasi dalam pengertian konteks penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan pesan berupa kata-kata ataupun gambar. Maksudnya ketika di media sosial untuk forum pro dan kontra legalitas menggunakan gambar untuk mempertegas argumen.

Menurut Rogers dan Kincaid, komunikasi adalah “suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap

satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian” (Rogers dan Kincaid dalam Cangara, 2004:19).

Komunikasi dalam pengertian konteks penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan pesan berupa informasi kepada dua orang ataupun lebih sehingga informasi tersebut dapat diterima oleh para komunikan.

Dari definisi yang telah dijelaskan oleh Rogers dan Kincaid bahwa,

“Media Sosial adalah suatu alat komunikasi yang dapat dijadikan suatu media untuk melakukan pertukaran gagasan atau informasi yang disampaikan oleh penulis kepada pembaca agar mengetahui ataupun mempunyai gagasan yang sama mengenai isi tulisan dan hubungan penulis dan pembaca akan saling bertemu atau sama dalam mempersepsikannya”.

Selain itu peneliti pula menggunakan definisi dari Berger & Chaffe.

Menurut mereka komunikasi adalah

Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan, dan efek dari simbol serta sistem sinyal, dengan mengembangkan pengujian teori-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan, dan efeknya (Berger & Chaffe dalam Wiryanto, 2004:3).

Dari pemaparan Berger & Chaffe di atas, komunikasi merupakan untuk memahami suatu simbol untuk menjelaskan fenomena. Hal ini memiliki suatu hubungan yang erat dengan penelitian ini. suatu simbol dalam penelitian ini berupa kata-kata yang di mana mayoritas mengandung unsur informasi mengenai pro kontra dan simbol yang berupa kata-kata tersebut menjelaskan tentang manfaat dan kekurangan tanaman Ganja.

Dalam pengertian di atas sudah dipaparkan definisi komunikasi dari beberapa ahli, komunikasi merupakan fondasi dasar atas penelitian ini. Karena komunikasi tidak saja secara *face to face* melainkan dapat menggunakan alat

untuk menyampaikan pesan. Komunikasi dalam penelitian peneliti yaitu teks yang ada kaitannya dengan pro kontra yang disajikan dengan sebuah media sosial. Setelah membaca blog tersebut diharapkan pembaca bisa memberikan umpan balik dengan berupa lebih peka mengenai pro kontra baik itu bermanfaat ataupun tidak bermanfaat.

2.3.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki fungsinya tersendiri. Menurut Effendy fungsi dari komunikasi adalah:

1. Menginformasikan (*to inform*)
Adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*)
Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*)
Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*)
Adalah fungsi untuk mempengaruhi individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan (Effendy, 1993:36).

Dari pemaparan di atas mengenai fungsi komunikasi dari sisi menginformasikan, bahwa “Media sosial (Blog)” karya Panji Pragiwaksono ini memiliki sisi menginformasikan. Hal ini terdapat pada informasi yang memuat mengenai segala hal tentang *Manfaat tanaman Ganja*. Dari sisi mendidik bagaimana penulis blog menyampaikan ide atau gagasannya mengenai *Manfaat*

Tanaman Ganja dengan berupa kata-kata, sehingga pembaca tersebut dapat mendapatkan informasi mengenai *manfaatnya*. Dari sisi menghibur dewasa ini Media Sosial sudah menjadi salah satu hiburan tersendiri bagi tiap-tiap individu. Sehingga pembaca menjadi terhibur maupun antusias terhadap media tersebut. Kemudian, yang terakhir dari sisi mempengaruhi. Penulis blog mempengaruhi pembacanya dengan komunikasi nonverbal sehingga pembaca novel secara tidak langsung berubah sikap atau pandangannya mengenai *tanaman Ganja*

William I. Gordon dalam Deddy Mulyana, (2005:5-30) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

3. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan

tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

2.3.3 Komponen Komunikasi

Komunikasi itu sendiri memiliki komponen-komponen. Sebagaimana yang diutarakan mengenai definisi dari komunikasi sudah nampak beberapa komponen dari komunikasi. Untuk lebih memperjelas mengenai komponen komunikasi peneliti menggunakan komponen komunikasi menurut Effendy.

Menurut Effendy komponen komunikasi meliputi :

1. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan
 2. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang
 3. Komunikan : Orang yang menerima pesan.
 4. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan, bila komunikasikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
 5. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.
- (Effendy, 2000:6).

Dari komponen komunikasi di atas, maka dalam penelitian ini, komunikatornya adalah penulis Blog Panji Pragiwaksono (pandji.com/ganja/), pesannya adalah isi berupa kata-kata ataupun gambar yang tertera dalam blog tersebut, komunikannya adalah para pembaca yang mengunjungi blog tersebut, medianya adalah media sosial blog, dan yang terakhir efeknya adalah lebih

mengetahui secara mendalam mengenai isi wacana tersebut. Isi blog tersebut mengenai manfaat tanaman ganja

2.3.4 Definisi Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal yaitu suatu proses komunikasi dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang. Simbol-simbol yang digunakan selain sudah ada yang diterima menurut konvensi internasional seperti simbol lalu-lintas, alfabet latin, simbol matematika, juga terdapat simbol-simbol lokal yang hanya bisa dimengerti oleh kelompok-kelompok masyarakat tertentu. Komunikasi verbal adalah salah satu bentuk komunikasi yang ada dalam kehidupan manusia dalam hubungan interaksi sosial. Pengertian komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan lisan (*oral*) atau dengan tertulis (*written*). Dalam pengertian komunikasi verbal, pesan yang disampaikan berupa pesan verbal yang terdiri atas kode-kode verbal. Dalam penggunaan kode-kode verbal ini berupa bahasa. Bahasa adalah seperangkat kata yang telah tersusun secara berstruktur sehingga menjadi kumpulan kalimat yang mengandung arti.

Komunikasi verbal adalah salah satu bentuk komunikasi yang ada dalam kehidupan manusia dalam hubungan interaksi sosial. Pengertian komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan lisan (*oral*) atau dengan tertulis (*written*). Dalam pengertian komunikasi verbal, pesan yang disampaikan berupa pesan verbal yang terdiri atas kode-kode verbal. Dalam penggunaan kode-kode verbal ini berupa bahasa. Bahasa

adalah seperangkat kata yang telah tersusun secara berstruktur sehingga menjadi kumpulan kalimat yang mengandung arti.

“Istilah komunikasi nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis” (Mulyana, 2000:312). Bentuk pesan dalam komunikasi nonverbal sangatlah luas, mulai dari faktor internal (seperti intonasi suara, penampilan, cara bersikap) hingga eksternal komunikator (suasana, waktu, jarak). Aspek tersebut merupakan satu kesatuan bentuk pesan.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang dilakukan secara sengaja ataupun secara spontan oleh seseorang. Larry A. Samovar dan Richard E. Poerter (dalam Mulyana, 2001:308) mengatakan bahwa:

Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan.

Jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan, kita banyak mengirim pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Komunikasi nonverbal seringkali dipergunakan untuk menggambarkan perasaan, emosi. Komunikasi nonverbal terdiri dari komunikasi nonverbal vokal dan nonverbal nonvokal. Nonverbal vokal terdiri dari *tone of voice, sighs, screams, vocal qualities (loudness, pitch, and so on)* sedangkan nonverbal nonvokal terdiri dari *gestures, movement, apperance, facial, expresion, and so on* (Alder & Rodean dalam Waty, 2004:23-24)

Komunikasi nonverbal acapkali dipergunakan untuk menggambarkan perasaan, emosi. Jika pesan verbal tidak menunjukkan kekuatan pesan maka dapat menerima tanda-tanda nonverbal lainnya sebagai pendukung. Kita mengirimkan banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Sebagaimana kata-kata, kebanyakan pesan nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, jadi pesan nonverbal yang dimiliki oleh suatu masyarakat tidak akan sama dengan pesan nonverbal yang terdapat pada masyarakat yang berbeda. Dengan kata lain pesan nonverbal ini merupakan suatu hal yang dipelajari, bukan bawaan, artinya pesan nonverbal yang dimiliki oleh suatu masyarakat disesuaikan dengan bahasa verbalnya dan keduanya itu tidak terlepas dari budaya yang ada pada masyarakat tersebut.

Banyak ahli mengelompokkan bentuk komunikasi nonverbal, namun secara umum ada 4 jenis, seperti dituturkan Barker dan Collins yang dikutip Alo Liliweri, yaitu:

- a) Suasana Komunikasi: Ruang/space, suhu, cahaya dan warna.
- b) Unsur-unsur pernyataan diri: pakaian, sentuhan/perabaan, waktu.
- c) Gerakan tubuh: Bentuk-bentuk gerakan tubuh, kontak mata, ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh.
- d) Unsur paralinguistik: karakteristik suara, gangguan suara (Liliweri, 1994 :113).

Duncan menyebutkan enam jenis pesan nonverbal, yaitu:

1. Kinesik atau gerak tubuh.
2. Paralinguistik atau suara.
3. Proksemik atau penggunaan ruang personal dan sosial.
4. Oflaksi atau penciuman
5. Sensitivitas kulit
6. Faktor artifaktual (Rakhmat, 2000:294)

2.4 Interaksi Sosial

2.4.1 Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah relasi antara dua individu atau lebih, di mana tingkah laku individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki tingkah laku individu lainnya, atau sebaliknya. (H. Bonner, *Social Psychology: An Interdisciplinary Approach*) (Sunarto & Komalasari 2004:53). Dalam hal ini media sosial berpengaruh dalam penelitian ini, karena media sosial dijadikan forum diskusi tentang pro kontra legalitas ganja yang terjadi.

Menurut Sunarto dan Komalasari (2004:53-56) terdapat faktor-faktor yang mendasari terjadinya interaksi sosial:

1. Imitasi

Imitasi yaitu proses meniru tingkah laku orang lain. Imitasi menyebabkan terjadinya konformitas tingkah laku dengan cara mengimitasi pandangan dan tingkah laku orang lain, seorang dapat mewujudkan ide, membentuk sikap, dan adat isiatadat dari suatu kelompok masyarakat, serta dapat memperluas hubungan sosialnya.

Interaksi sosial yang didasari oleh imitasi:

- Anak belajar berbicara dengan meniru penggunaan kata-kata dari orang lain.
- Cara berpakaian, mode pakaian dan rambut, cara berhias, mode rumah, dsb.
- Cara mengekspresikan diri, seperti cara memberi hormat, cara berterima kasih, cara memberi salam, cara makan, cara menggunakan isyarat nonverbal.

Imitasi dapat bersifat negatif bila:

- Hal-hal yang ditiru secara moral atau hukum tidak dapat dibenarkan.
- Hal-hal yang ditiru menyesatkan.
- Proses imitasi terjadi tanpa didasari oleh pemikiran yang kritis.

Hal-hal yang mendasari terjadinya proses imitasi:

- Adanya minat dan perhatian yang cukup besar terhadap hal yang akan diimitasi.
- Adanya perasaan kagum terhadap hal atau orang yang diimitasi.
- Merasa akan mendapat penghargaan sosial bila meniru suatu pandangan atau perilaku tertentu.

2. Sugesti
Sugesti yaitu proses di mana individu menerima pandangan orang lain secara mentah-mentah, tanpa disertai pemikiran kritis. Sugesti berperan besar dalam pembentukan pandangan kelompok dan prasangka-prasangka sosial
3. Identifikasi
Identifikasi yaitu proses menyamakan diri dengan salah satu atau beberapa sifat pribadi orang yang dikagumi. Hubungan sosial yang terjadi melalui identifikasi lebih mendalam daripada hubungan pada proses dua yangterdahulu.
4. Simpati
Simpati adalah kemampuan untuk merasakan perasaan orang lain. Dengan demikian, simpati menghubungkan orang yang satu dengan yang lain, bahkan simpati cukup banyak berperan dalam hubungan persahabatan.
5. Kooperasi
Kooperasi adalah kesediaan untuk berkerja sama dengan orang lain.
6. Prasangka
Prasangka adalah dugaan-dugaan yang negatif tentang orang lain yang belum tentu kebenarannya. Prasangka sering menghambat terjadinya interaksi sosial yang positif.
7. Kompetisi
Kompetisi adalah dorongan untuk bersaing dan mengalahkan orang lain. Seperti juga prasangka, di budaya kita kompetisi sering dianggap sebagai faktor yang menghambat interaksi sosial, meskipun sebetulnya bisa pula memacu suatu interaksi yang positif.

Sementara itu, dalam buku Psikologi Sosial karya W. A. Gerungan (2004:64) menyatakan mengapa dan dalam keadaan manakah orang-orang itu mudah mengimitasi sesuatu yaitu:

1. Minat perhatian yang cukup besar akan hal tersebut.
2. Sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi, dan berikutnya dapat pula suatu syarat lainnya, yaitu bahwa
3. Orang-orang juga dapat mengimitasi suatu pandangan atau tingkah laku karena hal itu mempunyai penghargaan sosial yang tinggi. Jadi seseorang mungkin mengimitasi sesuatu karena ia ingin memperoleh penghargaan sosial di dalam lingkungannya.

Dalam ilmu yang diterapkan oleh W. A Gerungan bahwa media sosial berpengaruh dalam mempengaruhi seseorang untuk memakai atau tidak memakai

ganja. Media sosial pun mempengaruhi sebuah *brand image* dalam mempengaruhi pola pandang seseorang.

2.5 Perubahan Sosial

2.5.1 Definisi Perubahan Sosial

Perubahan-perubahan masyarakat dapat mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan kemasyarakatan, kekuasaan dan wewenang. Perubahan sosial adalah suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan materiil, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru di masyarakat (Gillin dan Gillin dalam Soekanto, 2007:263).

Tidak hanya Gillin dan Gillin saja yang memparkan definisinya mengenai perubahan sosial, MacIver turut berpendapat mengenai perubahan sosial.

MacIver berpendapat bahwa perubahan sosial dibagi menjadi dua, yaitu *utilitarian elements* dan *cultural elements*. Mac Iver melanjutkan bahwa barang-barang seperti mesin ketik, alat pencetak, sistem keuangan merupakan bagian dari *utilitarian elements*. Karena benda-benda tersebut tidak langsung memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia, tetapi dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. *Utilitarian elements* disebutnya *civilization*. Artinya, semua mekanisme dan organisasi yang dibuat manusia dalam upaya menguasai kondisi-kondisi kehidupannya, termasuk di dalamnya sistem-sistem organisasi sosial, teknik, dan alat-alat material. *Culture* menurut MacIver adalah ekspresi jiwa yang terwujud dalam cara-cara hidup dan berpikir, pergaulan hidup, seni kesusastraan, agama, rekreasi, dan hiburan. Sebuah potret, novel, drama, film termasuk dalam *culture*, karena hal-hal itu secara langsung memenuhi kebutuhan manusia. Dengan pernyataan itu MacIver mengeluarkan unsur materiil dari ruang lingkup *culture* (Iver dalam Soekanto, 2007:262).

Salah satu alasan mengapa Pandji Pragiwaksono menuliskan tentang ganja di media sosialnya bisa muncul di kalangan masyarakat bila melihat definisi dari Gillin dan Gillin yang menyebutkan bahwa perubahan sosial timbul karena salah

satu alasannya adalah sebuah ideologi. Dari dahulu hingga sekarang stigma negatif dari tumbuhan ganja masih luas di kalangan masyarakat.

