**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari kata latin *“communication”*. Instilah ini berasal dari perkataan  *communis”* yang berarti sama; sam disini maksudnya sama makna atau sama arti. Sehingga komunikasi terjalin jika adanya kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Jadi komunikasi dapat berlangsung apabila seorang mengerti tentang sesuatu yang ditanyakan orang lain kepadanya. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang yang disebut komunikator kepada orang yang menerima pesan (komunikan) melalui media atau tidak.

Ketika berkomunikasi, minimnal harus mengandung kesamaan makna antara dua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal, karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atrau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

**Effendy** yang mengutip **Hovland** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Ilmu Filsafat Komunikasi,** bahwa komunikasi adalah :

**“Suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara yang setepat-tepatnya asas-asas pentrasmisian informasi serta bentukan opini dan sikap” (2003:13)**

**Hovland** menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja cara penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum *(public opinion)* dan sikap *(public attiudute).*

**Mulyana** yang mengutip dari Miller dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa komunikasi sebagai :

**”situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentrasmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan didasari untuk mempengaruhi perilaku penerima.” (2002:54)**

Miller, dapat dikatakan bahwa dalam komunikasi terjadi penyampaian pesan yang dengan disadari dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan tersebut. Sehingga apa yang terjadi dalam suatu proses komunikasi adalah seorang penyampai pesan mempengaruhi perilaku penerima pesan.

**Hidayat** yang mengutip dari **Barelson dan Steiner** dalam bukunya **Etika dan Hukum Pers** menyatakan bahwa komunikasi adalah **“ mencangkup semua prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lain “. (2011:69)**

Pemahaman dapat diartikan bahwa inti dari pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari komunikator penyampaian pesan) kepada komunikan (penerima pesan) hingga terjadi suatu feedback (timbal balik). Sehingga Rogers bersama Kincaid menghasilkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa :

**“ komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam.”**

**Terry dan Franklin** mengatakan dalam **Moekijat**, yaitu :

**“komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang-orang. Komunikasi adalah proses penukaran informasi dan perasaan dia antara dua orang atau lebih, dan penting bagi menajemen yang efektif.” (2003:3)**

Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial *(sosial relation).* Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lainyang karena hubungannya menimbulkan interaksi sosial *(social intreraction).*

Pengertian komunikasi dengan demikian adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) untuk memberitahu atau mengungkapkan sikap, pendapat, pikiran, atau perilaku, baik secara lisan maupun tak langsung melalui media.

**2.1.2 Tujuan Komunikasi**

**Effenddy,** dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut :

1. **Mengubah sikap *(to change the attitude)***

**Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan seacara luas baik secara antar personal dapat merubah sikap sasarnya secara bertahap.**

1. **Mengubah Opini / Pendapat / Pandangan *(to change the opinion)***

**Perubahan pendapat. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.**

1. **Mengubah Perilaku *(to change the behavior)***

**Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.**

1. **Mengubah Masyarakat *(to change the society)***

**Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (2003:55)**

**2.1.3 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** terbagi menjadi dua klasifikasi, yakni proses komunikasi secara premier dan proses komunikasi secara sekunder.

1. **Proses Komunikasi Primer**

**Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan pendapat yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (symbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (gesture), yakni gerakan anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (verbal symbol) dan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang nonverbal (non verbal symbol). Dengan definisi tersebut, secara umum, proses komunikasi sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:**

**GAMBAR 2.1**

**Proses Komunikasi Primer**

Komunikan

Pesan

Komunikator

**pePesan**

Umpan Balik *(feedback)*

**Sumber : Meinando, Teguh. 1981. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bandung: Armico.**

1. **Proses Komunikasi Sekunder**

**Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak atau kedua-duanya. Contohnya surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam proses komunikasi sekunder ini. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (mass media) dan media nirmassa atau nonmassa (nonmess media). (1999:11-19)**

Adapunpenegasan menurut **Effendy** tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. **Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atas sejumlah orang.**
2. **Encoding : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.**
3. **Message : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.**
4. **Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.**
5. **Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.**
6. **Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.**
7. **Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan.**
8. **Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.**
9. **Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan komunikator kepadanya. (1999:19-20)**

**2.1.4 Fungsi Komunikasi**

**Effendy** dalam **Pawit** mengemukakan bahwa fungsi umum dari komunikasi adalah sebagai berikut :

1. **Informasi, bahwa komunikasi berfungsi memberi keterangan, memberi data, atau fakta yang berguna bagi segala aspek kehidupan manusia.**
2. **Edukatif, berfungsi mendidik masyarakat, mendidik setiap orang dalam menuju pencapaian kedewasaan mandiri. Seseorang bisa tahu banyak karena mendengar, banyak membaca, dan banyak berkomunikasi.**
3. **Persuatif, bahwa komunikasi sanggup membujuk orang untuk berprilaku sesuai dengan kehendak yang diinginkan oleh komunikator.**
4. **Reaktif atau hiburan, bahwa ia dapat menghibur orang pada saat yang memungkinkan, misalnya mendengarkan dongeng, membaca bacaan ringan. (1990: 1-2)**

Pakar komunikasi yang terkenal, **Harold D.Lasswell** mengatakan bahawa proses komunikasi dimasyarakat menunjukan tiga fungsi, antara lain :

1. **Penghematan terhadap lingkungan (*the surveillance of the environment),* penyiar ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.**
2. **Koreksi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan *(correlation of the components of socienty in the marketing a response to the envirinment).***
3. **Penyebaran warisan social *(transmission of the social inheritance)*. Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun sekolah, yang meneruskan warisan social kepada turunan berikutnya. (Effendy, 1999:27)**

**2.1.5 Unsur-unsur Komunikasi**

**Mahi** dalam bukunya Etika dan Hukum Pers mengutip paradigma komunikasi yang dikemukakan oleh **Lasswell** dalam karyanya *the stucture and* *Function of Communication in Society.* Menurutnya adalah :

**Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa ? dengan akibat apa atau hasil apa ? (Who ? Says what ? In Which channel ? To whom ? With what effect ?). (2011:70)**

Paradigma yang dikemukakan oleh **Lasswell**  menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. **Komunikator (siapa yang mengatakan?)**
2. **Pesan (mengatakan apa?)**
3. **Media (melalui saluran/ channel/ media apa?)**
4. **Komunikan (kepada siapa?)**
5. **Efek (dengan dampak/ efek apa?)**

Dari gambaran diatas dapat ditegaskan bahwa unsur-unsur komunikasi diantaranya adalah sumber (komunikator) disini adalah orang yang memberikan informasi, pesan, media untuk alat penyampaian informasi, penerima (komunikan) yakni orang yang menerima informasi (pesan) efek, dan umpan balik yang didapat selama komunikasi berlangsung.

**2.1.6 Efek Komunikasi**

**Komunikasi yang efektik** adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Beberapa efek komunikasi adalah sebagai berikut:

1. **Efek Kognitif**

**Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifat nya informasi bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.**

1. **Efek Efektif**

**Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi masa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turun merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.**

1. **Efek Behavioral**

**Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk prilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi bringas. Siaran kesejahteraan keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. Pernyataan-pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi masa pada prilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan mereka sehari-hari. (Effendy, 2003: 318-319)**

Efek komunikasi timbul karena adanya komunikasi yang efektif dan terjadi persamaan persepsi antara komunikator dengan komunikan. Sehingga efek kognitif, efektif, dan konatif pun timbul dari efek komunikasi.

**2.2 Komunikasi Antar Personal**

Komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya berjudul Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa Komunikasi Antar Personal adalah :

**“Komunikasi antara dua orang atau lebih dapat berlangsung dengan dua cara yaitu bertatapan muka (face to face) dan bermedia (mediated communication)”. (1999:160)**

Komunikasi antar personal merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Ini berarti komunikasi dikaitkan dengan pertukaran pesan atau informasi yang bermakna diantara orang yang berkomunikasi dapat terjalin. Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut **Reardon** (1987) dalam (Liliweri) dalam buku berjudul **Komunikasi Antar Personal,** Komunikasi Antar Personal memiliki enam ciri yaitu:

1. **Dilaksanakan karena adanya berbagai factor pendorong.**
2. **Berakibat sesuatu baik yang disengaja maupun tidak disengaja.**
3. **Kerap kali ber balas- balasan.**
4. **Mempersyaratkan adanya hubungan (paling sedikit dua orang) antarpersonal.**
5. **Suasana hubungan harus bebas, bervariasi dan adanya keterpengaruhan.**
6. **Menggunakan berbagai lambang-lambang yang bermakna. (1991:13)**

Selain terjadinya komunikasi antarpersonal itu secara spontan, sambil lalu tidak mempunyai tujuan yang telah disepakati maka ciri-ciri berikutnya adalah peristiwa komunikasinya terjadi secara kebetulan diantara peserta yang tidak mempunyai identitas.

**Effendy** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu :

1. **Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasive bukan memaksakan kehendak.**
2. **Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pemimpin harus mengetahui benar aprisiasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah ke barat tapi kita memberikan jalur ke timur.**
3. **Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin beberapa kegiatan yang dimaksud ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat bagaimana cara terbaik melakukannya.**
4. **Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti, sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 1993:18)**

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi tersebut adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan serta tujuan yang sama agar semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan.

Komunikasi antar personal suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.

**Hull** dalam (Liliweri) **Komunikasi Antar Personal** mengemukakan teorinya, yaitu :

**“bahwa suatu kebutuhan atau “keadaan terdorong” (oleh motif, tujuan, maksud, aspirasi, ambisi) harus ada dalam diri seseorang yang belajar, sebelum suatu respon dapat diperkuat atas dasar pengurangan kebutuhan itu”. (1991-108)**

Prinsip yang utama adalah suatu kebutuhan atau motif harus ada pada seseorang sebelum belajar itu terjadi dan bahwa apa yang dipelajari itu harus diamati oleh orang yang belajar sebagai sesuatu yang dapat mengurangi kekuatan kebutuhannya atau memuaskan kebutuhannya.

**2.3 Jurnalistik**

**2.3.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis,  *journ* berarti catatan atau laporan harian. Dalam bahasa Inggris, jurnalistik (*journalistic)* artinya kewartawanan atau kepenulisan. Dengan kata dasar “jurnal” (*journal)*, artinya laporan atau catatan. Asal muasalnya dari bahasa Yunani kuno, “*du jour”* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiaphari atau penyampaian informasi kepada masyarakat.

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature (2008:3)** mengutif dari **Roland E. Wolseley** dalam ***Understanding Magazines* (1969:3),** bahwa :

**Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran. (Mappatoto, 1993:70)**

**Effendy** dalam bukunya yang berjudul IlmuTeori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa jurnalistik adalah :

**Jurnalistik didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskan kepada khalayak. (2003:93)**

**Berdasarkan pemamparan tersebut, dengan demikian jurnalistik mengandumg pengertian bahwa jurnalistik adalah suatu kegiatan mencari informasi, mengelola informasi sampai menyiarkan informasi kepada masyarakat melalui media massa baik secara cetak maupun elektronik. Akan tetapi jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik. (Sumadiria 2008:2)**

Jurnalistik pada dasarnya sangat variatif, sehingga dalam kegiatannya seorang jurnalis dapat berkreasi sekreatif mungkin dalam melakukan kegiatan jurnalistik itu sendiri, tentunya dengan didasari dengan pengetahuan juga ketentuan-ketentuan dasar ilmu tertentu.

**2.3.2 Jenis-jenis Jurnalistik**

Jurnalistik memiliki berbagai jenis tersendiri, karena jurnalistik mempunyai aliran-aliran dan karakteristik yang beragam jenis. **Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan mengenai jenis-jenis jurnalistik, yang meliputi:

1. ***Jazz journalism,* yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberian pada pemberian hal-hal sensasional, yang menggemparkan, menggerkan.**
2. ***Advesary journalism,* yaitu jurnalistik yang membawa misi pertengahan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintahan atau penguasa.**
3. ***Government-say-so journalism,* yaitu jurnalistik yang memberikan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.**
4. ***Checkbook journalism,* yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita harus memberi uang pada sumber berita.**
5. ***Alcohol journalis,* yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.**
6. ***Crusade journalism,* yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.**
7. ***Electronic journalism,* yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti televisi, radio kaset dan sebagainya.**
8. ***Junket journalism,* yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan dan diongkosi si pengundang.**
9. ***Gutter journalism,* yaitu jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitahuan tentang seks dan kejahatan.**
10. ***Gossip journalism,* yaitu jurnalistik yang lebih menekankan berita-berita kasak-kusuk dan isu yang keberadaannya masih sangat diragukan.**
11. ***Development journalism,* yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional Negara dan bangsanya. (1999:70)**

Istilah-istilah jurnalistik juga ditemukan pada jenis-jenis jurnalistik seperti yang dikutip oleh **Romli dari Malik** dalam bukunya **Jurnalistik Praktis** yaitu sebagai berikut:

1. ***Electronic Journalism,* yakni pengetahuan tentang berita-berita yang melalui media massa modern seperti, radio, televisi, film, kaset, dan sebagainya.**
2. ***Junket Journalism,* yaitu praktik jurnalistik yang tercela yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan perjalanan yang berlebihan yang diongkosi oleh pengundang..**
3. ***Gutter Journalism,* yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.**
4. ***Gossip Journalism,* yaitu jurnalistik yang lebih menekankan pada berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih diragukan.**
5. ***Development Journalism,* yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:72)**

**2.3.3 Bentuk Jurnalistik**

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolanya, **Sumandiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature.** Jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar: Jurnalistik Media Cetak (*Newspapers and Magazine Journalism*), Jurnalistik Media Elektronik Auditif (Radio *Broadcast Journalism)*, Jurnalistik Media Audiovisual (*Television Journalism).* Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistk radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line (internet).

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Sebagai contoh, filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi. Sedangkan filosofi penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta informasi serta ketajaman daya analisisnya.

Menurut **Sumandiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** dalam pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga, diantaranya adalah:

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik Media Cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor verbal dan visual. *Verbal,* sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimatt dan paragraf yang efektif dan komunikatif. *Visual,* menunjukan pada kemapuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Materi berita yang ingin kita sampaikan kepada pembaca memang merupakan hal yang sangat penting. Namun bila berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik, dampaknya akan kurang berarti. Hal ini harus diperhatikan oleh bagian desain visual, tata letak, atau perwajahan.

Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca (surat kabar, majalah), selera dengar (radio siaran), dan selera menonton (televisi). Inilah antara lain yang membedakan karya jurnalistik dengan karya lainnya seperti karya ilmiah. Karya jurnalistik harus benar dan dikemas dalam bahasa dan penyajian yang menarik.

1. Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. *Verbal,* berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraf secara efektif dan komunikatif. *Teknologikal,* berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dnegan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. *Fisikal,* erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

1. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal dan dimensi dramatikal. *Verbal,* berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, dan efektif. *Visual,* lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. *Teknologikal,* berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. *Dramatikal,* berarti bersinggungan denngan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan gambar secara simultan. Aspek dramatik televisi inilah yang tidak dipunyai media massa radio dan surat kabar. Aspek dramatik televisi menggabungkan tiga kekuatan sekaligus kekuatan gambar, suara, dan kata-kata. Inilah yang disebut efek bersamaan dan efek simultan televisi.

Dengan aspek dramatik, seluruh panca indera khalayak pemirsa bekerja secara optimal. Para pakar komunikasi kerap mengatakan, televisi memiliki daya hipnotis luar biasa, sehingga emosi dan perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan dan diciptakan seketika. Televisi, secara psikologi dan visual, dapat dengan mudah memimandahkan setiap peristiwa yang terjadi di dunia, ke ruangan tidur atau ruang tamu pemirsa pada saat bersamaan *(real time).* Semua lengkap dengan emosi dan aspek-aspek psikologi lainnya.

* 1. **Jurnalistik Investigasi**
  2. *Investigative reporting* berasal dari kata latin *Reporting* artinya membawa pulang sesuatu dari tempat lain. *Investigative* berasal dari kata vestigum, yang artinya jejak kaki. Wartawan Investigasi punya tugas khusus: ia menelusuri sampai berapa jengkal Fakta yang mengaum itu punya jejak, di kegelapan informasi yang ditutup-tutupi.

Istilah-istilah jurnalistik juga di tulis oleh **Andreas Harsono** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalisme** yaitu sebagai berikut:

1. **Reportase Investigatif berarti kegiatan orang yang melaporkan adanya jejak kaki peristiwa tertentu dari tempat kejadian perkara.**
2. **Investigative adalah pekerjaan jurnalisme yang dikaitkan upaya membongkar apa-apa yang salah dan di rahasiakan. (27:2001)**

**Liputan Investigasi Minimal memiliki Tiga Elemen Dasar :**

1. **Liputan itu adalah ide orisinil dari wartawan, bukan hasil investigasi puhak lain yang ditindaklanjuti oleh media.**
2. **Subyek investigasi merupakan kepentingan bersama yang cukup masuk akal untuk mempengaruhi kehidupan sosial mayoritas pembaca suratkabar atau pemirsa televisi bersangkutan.**
3. **Ada pihak-pihak yang mecoba menyembunyikan kejahatan ini dari hadapan publik. (30-2001)**

Laporan Penyidikan ke dalam lima tujuan dan sifat pelaporanya menurut **Atmakusumah** dalam bukunya **Buku Ajar Ilmu Penyakit Dalam** yaitu **:**

1. **Mengungkapkan kepada masyarakat , informasi yang perlu mereka ketahui karena menyangkut kepentingan atau nasib mereka.**
2. **Laporan penyidikan tidak hanya mengungkapkan hal-hal yang secara operasional tidak sukses, tetapi dapat juga sampai pada konsep yang keliru.**
3. **Laporan penyidikan itu berisiko tinggi, karena bisa menimbulkan kontroversi dan bahkan kontradiksi dan konflik untuk menghasilkan laporan seperti ini, seringkali harus menggali bahan-bahan informasi yang dirahasiakan.**

*Good Investigative Reporter* diantaranya adalah:

1. **Selalu ingin tahu**
2. **Mampu mendapatkanya**
3. **Mampu memahaminya**
4. **Mampu menyampaikanya**
5. **Menimbulkan keinginan beraksi**
6. **Peduli terhadap (permasalahan) orang.**

Wartawan Investigatif memerlukan kecukupan pemilikan:

1. **Pengetahuan fakta-fakta**
2. **Rasa iba terhadap pembaca**
3. **Aksi publik**
4. **Hukum melawan ketamakan**
5. **Perbaikan sosial.**

Hal- hal yang mempengaruhi penggalian Informasi:

1. **Apa yang dikatakan sumber berita tergantung pada dua hal: a). Bagaimana reporter dipandang oleh sumber berita. b). Dan bagaimana reporter tersebut bersikap.**
2. **Sumber berita akan melepas semua keterangan yang disimpan: a). Jika ia menganggap reporter yang dihadapinya layak dipercaya. b). Mampu menerjemahkan, tidak mencari sensasi. c) memiliki integritas sebagai pelayan masyarakat**

**2.5 Fenomenologi**

Bedasarkan etimologi, istilah fenomenologi menunjukan istilah ini berasal dari dua kata bahasa Yunani yaitu *Phenomenan* dan *Logos*. Istilah penomenom dari sudut bahasa sebagai “penampilan”, yakni penampilan sesuatu yang “menampilkan diri”.

Teori-Teori dalam tradisi fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia sekitar dengan pengalaman pribadinya. Tradisi ini memperhatikan pada pengalaman sadar seseorang.

Istilah Phenomenom mengacu pada kemunculan sebuah benda, kejadian, atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi ini merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Anda hendak mengetahui seseuatu tersebut dengan sadar menganalisi serta menguji persepsi dan perasaan anda tentangnya.

Dengan demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Semua yang dapat anda ketahui adalah apa yang anda alami. “fenomenologi” berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas apa adanya.

**Natanton** (dalam Mulyana) Dalam buku berjudul **Metode Penelitian Kualitatif** mengatakan bahwa:

**“Fenomenologi adalah membiarkan apa yang menunjukan dirinya melalui dan dari dirinya sendiri, isu-isu fenomenologi seperti intensionalitas, kesadaran, esensi kualitas dan perspektif pertama seseorang telah menjadi terkenal dama filsafat pikiran dewasa ini.” (1997:25)**

Baginya, kebenaran dapat diyakini melalui pengalaman langsung dalam catatan kita harus disiplin dalam mengalami sesuatu. Hanya melalui perhatian sadarlah kebenaran dapat diketahui, agar dapat mencapai kebenaran melalui perhatian sadar, bagaimanapun kita juga harus mengesampingkan atau mengurungkan kebiasaan kita.

Kita harus menyingkirkan kategori-kategori pemikiran dan kebiasaan-kebiasaan dalam melihat segala sesuatu agar dapat mengalami sesuatu dengan sebenar-benarnya. Dalam hal ini benda-benda di dunia menghadirkan dirinya pada kesadaran kita.

Bagi kebanyakan ahli, tradisi fenomenologi itu naïf. Bagi mereka kehidupan dibentuk oleh kekuatan-kekuatan yang kompleks dan saling berhubungan, hanya beberapa diantaranya saja yang dapat diketahui dengan sabar pada suatu waktu.

Anda tidak dapat menginterpretasi sesuatu dengan sadar hanya dengan melihat dan memikirkannya. Pemahaman yang sesungguhnya dating dari analisis yang cerpat terhadap system efek.

**Ricoeur** (dalam Kuswarno) dalam buku berjudul **Fenomenologi** mengatakan bahwa:

**“ Naskah tidak dapat ditafsirkan dengan cara yang sama seperti wawancara langsung karena mereka ada dalam bentuk yang tetap. Kemampuan berbicara hanya bersifat sementara, tetapi naskah selalu hidup”. (2009:78)**

Sebenarnya naskah itu sendiri selalu berbicara kepada kita dan pekerjaan juru bahasa adalah untuk menemukan arti apa yang dikatakan oleh naskah tersebut. Makna sebuah naskah memacu pada keseluruhan pola yang terbentuk oleh semua penafsiran yang merupakan bagian dari pemaknaannya.

**Rogers** dalam buku berjudul ***Theories Of Human Communication*** mengatakan bahwa:

**“Harmoni membawa pertumbuhan sedangkan tidak harmoni membawa kecemasan, harmoni merupakan sebuah hasil dari hubungan yang saling mendukung dan menguatkan”. (2009:92)**

Dengan kata lain, sebuah hubungan yang saling mendukung disebut dengan hubungan posesif tanpa syarat yang menciptakan lingkungan bebas ancaman dimana kita dapat mewujudkan.

Dalam penelitian budaya, perkembangan pendekatan fenomenologi tidak dipengaruhi secara langsung oleh filsafat fenomenologi, tetapi oleh perkembangan dalam pendefinisian konsep kebudayaan.

Dalam hal ini fenomenologi **Husserl** (dalam Kuswarno) dalam buku berjudul **Fenomenologi** mengatakan bahwa :

**“Objek ilmu itu tidak terbatas pada empiric (sensual). Melainkan mencakup fenomena yang tidak lain terdiri dari persepsi, pemikiran, kemauan, dan keyakinan subjek yang menuntuk pendekatan holistic, mendudukan objek penelitian dalam konstruksi ganda, melihat objeknya dalam suatu konteks natural dan bukam parsial”**

Oleh karena itu dalam fenomenologi lebih mengutamakan tata pikir logik dari pada sekedar linear kasual, oleh karena itu menggunakan kata fenomenologi untuk menunjukan penampakan dalam kesadaran, adapun fenomenologi adalah realitas yang berada diluar kesadaran pengamat. Manusia hanya dapat mengenal fenomena – fenomena yang tampak dalam kesadaran, bukan nomena yaitu realitas diluar yang kita kenal. Dalam fenomena bias dilakukan pengamatan langsung, biasa dilakukan oleh banyak metode penelitian yang dilakukan oleh social, khususnya yang ingin mengeksplorasi pengamatan secara detail mengenai obyek penelitian menurut perspektif penelitinya sebagai instrument utama dalam penelitian social. Sedang dalam pengamatan tidak langsung peran peneliti dengan menggunakan perspektif fenomenologi lebih didasarkan pada observasi diri dari responden.

**Husserl** (dalam Kuswanto) dalam buku berjudul **Fenomenologi** mengatakan bahwa:

**“ Menjalin keterkaitan manusia dan realitas, realitas bukan sesuatu yang berbeda pada dirinya lepas dari manusia yang mengamati. (1998:22)**

Realitas itu mewakili diri, sifat realitas itu membutuhkan keberadaan manusia. Husserl menggunakan istilah fenomenologi untuk menunjukan apa yang Nampak dalam kesadaran manusia dengan membiarkannya termanifestasi apa adanya tanpa memasukan kategori pikiran manusia padanya.

Teori fenomenologi yang disinggung disini mengikuti ajaran fenomenologi dari huserl dan Schutz, pada prinsipnya fenomenologi adalah salah satu bidang filsafat yang memfokuskan diri dan mengeksplorasikan pengalaman akan kesadaran manusia. Manusia hanya dapat mengenal fenomena – fenomena yang tampak dalam kesadaran, bukan nomena yaitu realitas diluar yang kita kenal. Nomena aka selalu tetap menjadi teka – teki dan tinggal sebagai “x” yang tidsk dapat dikenal karena ia terselubung dari kesadaran kita. Fenomena yang Nampak dalam kesadaran kita ketika berhadapan dengan realitas (nomena) itulah yang kita kenal.

**2.6 Perkawinan**

**2.6.1 Pengertian Perkawinan**

Nikah, menikah, pernikahan, kawin dan perkawinan adalah kata-kata yang kerap kita dengar. Namun bukan tidak mungkin di antara kita ada yang belum tahu pengertian nikah sesungguhnya. Secara etimologis, nikah (berasal dari bahasa Arab) berarti berhimpun. Adapun kata kawin sendiri adalah penyebutan lain dari nikah dalam bahasa Indonesia. Secara terminologis, nikah berarti perjanjian antara laki-laki dan perempuan untuk bersuami dan beristri secara resmi. Hidup berhimpun bersama antara suami dan istri ini kemudian disebut berumah tangga.

Pengertian diatas, bahwa kawin adalah perjanjian, dapat dimaknai tidak hanya dimensi jasmani saja, tetapi juga dimensi ruhani dan aqli. Dimensi jasmani, ruhani dan aqli adalah dimensi utuh manusia. Artinya perkawinan merupakan sebuah perjanjian seutuhnya seseorang sebagai manusia, tidak hanya karena dimensi fisik, ruhani, ataupun kecerdasan (akal) semata.

Sementara itu, **Goodenough** dalam **Keesing** mendefinisikan **Perkawinan** yakni :

**Sebagai suatu transaksi yang menghasilkan suatu kontrak dimana seseorang (pria atau wanita, korporatif atau individual, secara pribadi atau melalui wakil) memiliki hak secara terus menerus untuk menggauli seorang wanita secara seksual. Hal ini mempunyai prioritas atas hak untuk menggauli secara seksual yang sedang dimiliki atau yang kemudian diperoleh oleh orang-orang lain terhadap wanita tersebut (kecuali yang melalui transaksi semacam), sampai kontrak transaksi itu berakhir dan wanita yang bersangkutan dianggap memenuhi syarat untuk melahirkan anak. (1990:6)**

Adapun **Perkawinan** menurut **Kartono** diantaranya adalah sebagai berikut :, 2006 : 207)

**Suatu peristiwa, dimana sepasang mempelai atau sepasang calon suami atau isteri dipertemukan secara formal dihadapan penghulu atau kepala agama tertentu, para saksi dan sejumlah hadirin, untuk kemudian disyahkan secara resmi sebagai suami-isteri, dengan upacara dan ritus-ritus tertentu. Adanya ikatan lahir dan batin dalam perkawinan, berarti bahwa sebuah perkawinan itu perlu adanya kedua ikatan tersebut. (2006:207)**

Ikatan lahir adalah merupakan ikatan yang tampak, ikatan formal sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada. Ikatan formal ini adalah nyata, baik yang mengikat dirinya, yaitu suami dan istri, maupun bagi orang lain, yaitu masyarakat luas. Oleh karena itu perkawinan pada umumnya diinformasikan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat mengetahuinya. Cara memberikan informasi dapat bermacam-macam sesuai dengan keadaan masyarakat dan kemauan dari yang bersangkutan, misalnya dengan pesta perkawinan ataupun dengan memasang iklan melalui media masa.

**2.7 Psikologi**

**Walgito** dalam bukunya **Pengantar Psikologi Umum** mengungkapkan psikologis ikatan batin yaitu :

**Ikatan batin adalah ikatan yang tidak nampak secara langsung, merupakan ikatan psikologis. Antara suami istri harus ada ikatan ini, harus saling mencintai satu sama lain, tidak adanya paksaan dalam perkawinan. Apabila tidak ada salah satu dari kedua hal tersebut, maka ini akan menimbulkan persoalan dalam kehidupan pasangan tersebut. Kawin paksa umumnya tidak bertahan lama, sehingga perceraian biasanya merupakan hal yang sering terjadi. (2004 : 12).**

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perkawinan adalah ikatan lahir dan batin antara seorang pria dan wanita dalam balutan perjanjian suci dengan Tuhan Yang Maha Esa. Sebagai pembuktian janjinya ini, maka pasangan yang menikah berkewajiban untuk saling mencintai dan menyayangi, hormat-menghormati, bekerjasama, saling membantu, serta membina hubungan yang baik dengan keluarga besarnya guna mewujudkan rumah tangga yang bahagia dan sejahtera.

Ada begitu banyak kebutuhan-kebutuhan manusia, namun untuk mempermudah pemahaman akan kebutuhan-kebutuhan manusia ini **Abraham Maslow dalam Walgito** mengklasifikasikan kebutuhan manusia sebagai berikuit:

1. ***The physiological needs*, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang bersifat fisiologis. Kebutuhan yang pertama ini disebut juga sebagai kebutuhan dasar, yaitu kebutuhan yang paling kuat di antara kebutuhan-kebutuhan yang lain. Misalnya saja kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, kebutuhan seksual dan sebagainya.**
2. ***The safety needs*, kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan rasa aman. Menurut Maslow, kebutuhan akan rasa aman (bebas dari rasa takut, perlindungan, keamanan, dan sebagainya) akan muncul setelah kebutuhan-kebutuhan yang paling mendasar terpenuhi.**
3. ***The belongingness and loves needs*. Setelah kebutuhan *safety needs* relatif terpenuhi, barulah muncul kebutuhan keempat ini, yaitu kebutuhan individu untuk berhubungan sosial dengan orang lain. Cinta adalah kebutuhan manusia. Bila manusia hidup tanpa cinta, ada sesuatu yang tidak terpenuhi dalam kebutuhannya. Kiranya, setiap orang pasti ingin merasakan kehangatan dan kemesraan saat berinteraksi dengan orang lain.**
4. ***The esteem needs*, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan penghargaan, termasuk harga diri, dan rasa ingin dihargai.**
5. **Dan yang terpuncak, adalah *the needs for self-actualization*, kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri.( 2004: 16)**

Menurut **Gerungan** dalam **Walgito** adanya tiga macam kelompok kebutuhan manusia itu, yaitu:

**kebutuhan yang berhubungan dengan segi biologis, sosiologis dan theologies. Hal ini didasarkan atas pendapat bahwa manusia itu adalah makhluk biologis, sosial dan religi. (2004:13)**

**Murray** sendiri mengemukakan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada manusia itu dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu: ***primary needs* atau *viscerogenic needs* dan *secondary needs* atau *psychogenic needs.***

*Primary needs* adalah kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan kebutuhan kebutuhan yang bersifat biologis, kebutuhan yang berkaitan dengan eksistensi orgasme, misalnya kebutuhan makan, minum, seks, udara. Sedangkan *psychogenic needs* adalah kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan yang bersifat psikologis.

Sedangkan **Walgito** menggolongkan **Kebutuhan-kebutuhan Manusia** ini menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

1. **Kebutuhan yang bersifat fisiologis, adalah kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan kejasmanian, kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai makhluk hidup. Misalnya kebutuhan akan makan, minum, seksual, dan sebagainya.**
2. **Kebutuhan-kebutuhan yang bersifat psikologik, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan psikologis, misalnya kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan rasa aman, kasih sayang, rasa pasti, harga diri dan aktualisasi diri.**
3. **Kebutuhan-kebutuhan yang bersifat sosial, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan interaksi sosial, kebutuhan yang berhubungan dengan orang lain. Misalnya saja kebutuhan untuk berteman atau kebutuhan untuk bersaing.**
4. **Kebutuhan yang bersifat religi, yaitu kebutuhan-kebutuhan untuk berhubungan dengan kekuatan-kekuatan yang ada di luar manusia, kebutuhan untuk berhubungan dengan Sang Pencipta. (18:2004)**

**2.8 Hakikat Cinta**

**2.8.1 Definisi Cinta**

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** sendiri mendefinisikan cinta diartikan sebagai : **Perasaaan sayang sekali, suka benar, kasih sekali, terpikat antara laki-laki dan perempuan, risau, cemas, susah hati** **(2007: 217).**

Namun salah satu peneliti cinta yang pertama, **Rubin** dalam **Calhoun** membantah adanya kesamaan antara rasa cinta dan suka. Rubin juga mengatakan bahwa:

**Sebagaimana sulitnya mendefinisikan kata “cinta”, maka tidak banyak pula tokoh yang dapat menjelaskan secara gamblang bagaimana proses terbentuknya cinta. Hal ini dikarenakan ada begitu banyak alasan mengapa seseorang mencintai pasangannya. Terdapat rasa senang yang** **murni, daya tarik fisik, ketimbal balikan, kebiasaan, keputusan, kedekatan yang dapat membangkitkan emosi seseorang hingga ia merasakan cinta di dalam dirinya. (1990: 454)**

**Elaine Walster** dalam **Calhoun** menganggap bahwa yang rumit adalah faktor yang membangun secara fisik dan label akan cinta itu sendiri. Pandangan cinta **Walster** ini menjelaskan bahwa emosi yang membentuk cinta terdiri dari dua tahap:

**Pertama, terbangun secara fisik yang terjadi secara spontan. Dan yang kedua, individu memberi label perasaan berdasarkan situasi yang ia rasakan. Kemudian, saat perasaan ini terbangun maka seseorang perlu memberikan isyarat dan julukan berdasarkan isyarat sosial yang ia terima. (1990:455)**

**Walster** dan **Berscheid** (dalam Calhoun mengutip bahwa Saat seseorang merasakan perasaan ini terbangun maka ia akan menamai hal ini sebagai “cinta” bukan “minat seksual” oleh karena itu :

**orang yang meyakini bahwa cinta selalu diiringi dengan seks, akan lebih mudah jatuh cinta bila terangsang secara seksual. Begitu pula dengan seseorang yang menjulukinya sebagai seseorang yang romantis, maka ia akan mudah memberikan julukan kepada emosinya sebagai “cinta” dibandingkan mereka yang tidak romantic. (1990: 256).**

**2.8.2 Cinta dan Proses Terbentuknya**

Dalam menilai apakah seseorang mencintai kita, biasanya kita dapat menyandarkan diri pada perkataannya, tetapi juga pada tindakannya. **Swensen** dalam **Sears** bertanya kepada sekelompok orang dari berbagai golongan usia mengenai perilaku apa saja yang mencerminkan seseorang mencintai kita. Berikut adalah beberapa perilaku yang berhasil di rangkum **Swensen** yang umumnya dinampakkan oleh seseorang yang sedang jatuh cinta :

1. **Pernyataan verbal yang sarat dengan afeksi, misalnya dengan mengatakan “aku cinta padamu”.**
2. **Pengungkapan diri.**
3. **Tanda-tanda cinta yan bukan dalam bentuk materi. Misalnya menunjukkan rasa ketertarikan pada kegiatan pasangannya, menghargai pendapat-pendapatnya, atau memberikannya dukungan, semangat.**
4. **Berkomunikas secara non verbal seperti mengungkapkan rasa bahagia dan santai bila sedang bersama-sama.**
5. **Tanda-tanda cinta yang berbentuk materi, seperti memberikan hadiah atau bantuan untuk mengerjakan tugas.**
6. **Ekspresi fisik yang muncul, mata yang berbinar-binar, degup jantung terasa lebih kencang, tidur sering terganggu, dan sulit memusatkan pikiran.**
7. **Menunujukkan keinginan untuk bertenggang rasa dan kemauan untuk berkorban agar hubungannya tetap berlanjut.**

Periset mengidentifikasikan enam cara yang biasa dipakai orang untuk mendefinisikan cinta. **Lee** (dalam **Sears, 2009: 315**) mengungkapkan gaya-gaya cinta yang diidealkan masing-masing individu. Pernyataan yang dikutip dibawah ini berasal dari kuesioner cinta yang disusun oleh **Clyde** dan **Susan hendrick (1986)** :

1. **Cinta Romantis : Cinta adalah pengalaman yang mengurasi emosi. Cinta pada pandangan pertama adalah lazim, dan daya tarik fisik adalah penting.**
2. **Cinta Posesif : Pecinta posesif sangat emosional, pencemburu, dan**

**terobsesi dengan kekasihnya.**

1. **Cinta Kawan Sejati : Cinta adalah intimasi yang menyenangkan yang secara perlahan tumbuh dari persahabatan, saling berbagi dan saling membuka diri.**
2. **Cinta Pragmatis : Ini adalah “cinta yang mencari-cari pasangan yang cocok dan tujuannya adalah menjalin hubungan yang baik, agar masing-masing pihak terpenuhi semua kebutuhan dasarnya.**
3. **Cinta Altruistik : Gaya cinta ini adalah merawat, member, dan memaafkan tanpa syarat.**
4. **Cinta Permainan : Tidak ada hubungan yang berlangsung lama dan biasanya berakhir setelah muncul kejemu.**