**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Definisi Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampain pesan dari seseorang atau sekelompok orang, mayarakat, organisasi atau komunitas kepada pihak lain. Komunikasi yang dilakukan dapat secara verbal maupun nonverbal. Apabila penggunaan bahasa verbal tidak dapat dimengerti oleh keduanya maka dapat menggunkan gerak-gerik tubuh atau *gestures,* dapat pulu dalam bentuk eksperesi muka (*facial expressions*) seperti tersenyum. Komunikasi dalam bentuk tersebut biasa disebut komunikasi non verbal.

Komunikasi  berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya sama.  *Communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama. Komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Maka dari itu komunikasi akan berjalan efektif tergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya.

Komunikasi adalah salah satu bentuk interaksi yang dilakukan oleh sesama manusia. Komunikasi yang terjadi tidak hanya dilakukan secara vertikal yaitu antar sesama manusia saja, tetapi bisa pula dilakukan secara horizontal. Misalnya berkomunikasi kita dengan Sang Pencipta, yaitu Tuhan YME. Mereka yang beragama pasti sering berkomunikasi dengan Tuhan untuk mencurahkan segala keluh kesah di dalam hati ataupun dalam rangka untuk memohon sesuatu. Begitu pula komunikasi antar manusia. Tujuan dari berkomunikasi adalah untuk menyampaikan apa yang ada di dalam pikiran kita. Pada dasarnya ketika kita melakukan komunikasi, kita mengadakan tindakan dengan tujuan agar orang lain tau apa yang ada dalam benak kita. Komunikasi adalah suatu tindakan yang hampirsetiap saat kita lakukan. Dalam komunikasi ada dua pihak yang terkait yaitu komunikator dan komunikan. Komunikator berperan menyampaikan pesan atau informasi, sedangkan komunikan ]adalah yang berperan dalam menerima pesan. Kehidupan di dunia ini mustahil akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Bayangkan betapa sepi dan hampanya dunia ini.

Komunikasi digunakan dalam seluruh aspek yang ada didalam kehidupan. Dari zaman dulu hingga sekarang, hanya saja proses dan caranya saja yang berubah mengikuti perubahan zaman.

 Ada begitu banyak definisi komunikasi menurut para ahli. Diantaranya adalah pendapat dari **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,** menjelaskan bahwa:

**Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media)” serta pendapat dariDefinisi Komunikasi ditinjaudari etimologi, komunikasi berasal dari kata communicare yang berarti “membuat sama”. Definisi kontemporer menyatakan bahwa komunikasi berarti “mengirim pesan. (2003:28)**

Kemudian menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. (2003:9)**

Dari dua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikian atau pengertian, antara komunikator dan komunikan. Sementara itu, proses komunikasi dapat diartikan sebagai proses “transfer informasi atau pesan” dari pengirim sebagai komunikator dan penerima pesan selaku komunikan. Tujuan dari proses komunikasi tersebut adalah tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak.

**2.1.2 Proses Komunikasi**

Komunikasi tidak mungkin berjalan begitu saja, ada proses yang berjalan di dalamnya. Secara singkat proses komunikasi merupakan cara bagaimana komunikator menyamoaikan pesan kepada komunikannya sehingga dapat tercipta suatu kesamaan pemaknaan antara keduanya. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara komunikator dan komunikannya.

 Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Effendy menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu, secara primer dan secara sekunder.

**Gambar 2.2** *Unsur-unsur dalam proses komunikasi*

*Receiver*

*Decoding*

*Message*

(Media)

*Encoding*

*Sender*

*Noise*

*Feedback*

*Response*

***Sumber*: Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi* (2005:18)**

Berikut adalah penjelasan megenai unsur-unsur yang terdapat dalam gambar proses komunikasi diatas:

1. *Sender*:

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

1. *Encoding*:

Penyajian yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

1. *Message*:

Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

1. Media:

Saluran komunikasi tempat berlalu lalangnya pesan dari komunikator ke komunikan.

1. *Decoding*:

Penyandian merupakan proses dimana komunikan menetapkan arti makna dari pada lambang yang telah disampaikan oleh komunikator.

1. *Receiver*:

Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

1. Response:

Tanggapan atau reaksi pada komunikan setelah menerima pesan.

1. *Feedback*:

Umpan balik yaitu tanggapan komunikan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator.

1. *Noise*:

Gangguan yang terjadi ketika proses komunikasi berjalan sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

**2.1.3 Tujuan Komunikasi**

 Dalam melakukan berbagai aktivitas setiap hari setiap orang pasti memiliki tujuannya masing-masing, termasuk juga dalam aktivitas berkomunikasi. Menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam buku **Dimensi – Dimensi Komunikasi** tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. **Perubahan Sosial/Mengubah Masyarakat *( to change the society )***

**Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhir supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya supaya masyarakat ikut serta dalam pemilu, ikut serta dalam berperilaku sehat,dan lain sebagainya.**

1. **Perubahan Sikap *( to change the attitude )***

**Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya.**

1. **Perubahan Opini, Pendapat *( to change the opinion )***

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

1. **Perubahan Perilaku *( to change behavior )***

**Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. (2009:8)**

Berdasarkan tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy,dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi pada dasarnya dilakukan untuk mendapatkan perubahan dari komunikan atau si penerima pesan sesuai dengan apa yang komunikator atau *source* inginkan. Perubahan sosial, perubahan sikap, perubahan pendapat dan perubahan perilaku merupakan tujuan umum komunikasi yang dapat dicapai apabila penyampaian dan pemberian informasi dilakukan secara baik dan benar.

**2.1.4 Bentuk-bentuk Komunikasi**

 Para pakar ilmu komunikasi mengelompokkan pembagian komunikasi dalam bentuk yang bermacam-macam. Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh **Deddy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar** bahwa komunikasi dilihat dari jumlah peserta komunikasinya yang terbagi menjadi beberapa bentuk komunikasi diantaranya:

1. **Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal communication*)**

**Komunikasi ini dapat pula disebut komunikasi dengan diri sendiri, baik secara sadar maupun tidak kita sering melakukan komunikasi jenis ini, contohnya berpikir.**

1. **Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal)***

**Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi yang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.**

1. **Komunikasi kelompok**

**Kelompok adalah sekumpulan manusia yang mempunyai tujuan bersama dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**

1. **Komunikasi Massa**

***Mass Communication* adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dll) atau elektronik (radio, televisi, dll) yang dikelola oleh suatu lembaga atau oranf yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khusunya media elektronik).**

1. **Komunikasi Organisasi**

***Organizational communication* terjadi dalam suatu organisasi, baik yang bersifat informal maupun formal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali juga melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi. Komunikasi informal tidak tergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi anatar sejawat, juga termasuk gossip. (2005:61-69)**

Kategori berdasarkan tingkat paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling banyak.

**2.1.5 Pengertian Komunikasi Organisasi**

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui skema yang didesain dan sebagian lagi melalui suatu keadaan yang tidak diatur. Selanjutnya **Kochler** (1976) mengatakan bahwa **organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu (Muhammad, 2009 : 23 – 24).** Tahap pertama adalah ketika pengirim mempunyai gagasan kemudian pengirim mengubah gagasan tersebut menjadi pesan selanjutnya pengirim mengirim pesan melalui saluran tertentu. Pesan diterima oleh penerima pesan yang kemudian ditafsirkan oleh penerima. Lalu penerima pesan mengirim respon atas pesan tersebut kembali kepada pengirim. **Goldhaber** (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut :

**“*Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationshipto cope environmental uncertainly*”. Dengan kata lain, komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah – ubah (Muhammad, 2009 :67).**

 Komunikasi yang terjalin dalam organisasi bersifat aktif dari kedua belah pihak (komunikator-komunikan), dimana hal ini menciptakan suatu jaringan komunikasi yang tergantung dari antara pihak-pihak yang berinteraksi. Jaringan tersebut menjadi urat nadi dari seluruh aktivitas yang terjadi dalam organisasi dan proses interaksi berupa pertukaran pesan merupakan penggambaran dari denyut nadinya.

**2.2 Eksistensi Diri**

**2.2.1 Pengertian Eksistensi Diri**

 Eksistensi berasal dari bahasa Inggris “*exist*” yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaanya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan **Abidin Zaenal** berpendapat bahwa eksistensi adalah:

**Suatu proses yang dinamis, suatu “menjadi” atau “mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, “melampaui” atau “mengatasi”. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya.(2007:16)**

 Eksistensi menurut peneliti ada akan keberadaan seseorang yang bergau dalam lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaannya khususnya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami perubahan dari masa sekarang sampai masa yang akan datang baik dari segi bahasa, perilaku, tindakan.

 Dalam pandangan psikologi eksistensial,**Chaplin** pada bukunya **Kamus Lengkap Psikologi** mengatakan bahwa:

**Eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahani arti kehidupanya sendiri. (2000:177)**

 Aliran psikologi ini menekankan bahwa unsur eksistensi punya hak lebih tinggi dan harus lebih diutamakan daripada esensi dan bahwa kebebasan memilih adalah terpenting dan tertinggi melebihi determinisme.

 Selain itu, dalam pandangan psikologi eksistensial menurut **Boss** dan **Binswanger** yang dikutip **Calvin** dan **Landzey** mengatakan bahwa:

**Eksistensi diri adalah keberadaan manusia berkaitan dengan bagaimana cara manusia itu meng”ada” dalam dunia sesuai dengan identitas dirinya. Orang dapat memilih untuk hidup secara autentik maupun tidak autentik dalam rangka mewujudkan apa yang diyakini sebagai nasibnya dan menjadi dasar hidup dalam dunia. (1993:123)**

Lebih lanjut dikatakan bahwa bentuk-bentuk sikap dan perilaku hidup baik secara autentik maupun tidak autentik merupakan sebuah usaha penyesuaian diri terhadap lingkungan maupun kondisi-kondisi yang mempengaruhi keberadaan individu tersebut. Apabila orang memilih hidup secara tidak autentik maka orang tersebut akan mengalami rasa bersalah sebagai suatu eksistensial yang tidak dapat diatasi dan bersifat fundamental, dimana untuk membebaskan diri dari rasa bersalah ini biasanya orang rela menghadapi kematian sebagai usaha penyesuaian diri yang terakhir dalam mewujudkan eksistensinya.

Menurut **Smith** dalam bukunya yang berjudul ***What Matters Most*: Hal- hal yang paling utama** mengatakan bahwa:

**Eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepenuhan atau eksistensi dari nilai-nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Adapun nilai-nilai batiniah yang dibicarakan adalah nilai-nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama dan perlunya bekerjasama serta bekerja bersama secara harmonis demi kebaikan bersama. (2003:21)**

Sedangkan pandangan **Frank** (dikutip **Schutz**) dalam bukunya ***Phychotheraphy and Existentialism*** tentang eksistensi diri adalah

**Eksistensi diri adalah berarti menjadi manusia sepenuhnya, dimana individu semakin mampu mengatasi dirinya sendiri dan memberi tujuan hidup supaya menjadi manusia sepenuhnya**. **(1991:145)**

Eksistensi diri adalah kebutuhan manusia akan arti. Individu meskipun harus tunduk pada kondisi-kondisi dari luar dirinya, namun pada dasarnya dalam memberikan tanggapan terhadap kondisi-kondisi tersebut individu bebas. Individu bebas mengambil sikap untuk menemukan arti hidup.

**2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Diri**

Setiap orang memiliki cara-caranya tersendiri untuk menunjukkan eksistensi diri, hal ini tergantung oleh faktor-faktor yang mendukung di sekitar lingkungan hidup individu yang bersangkutan. Menurut **Frankl** dalam bukunya ***Phychotheraphy and Existentialsm*** dikutip oleh **Schutz** Ada tiga faktor yang mempengaruhi hakikat dari eksistensi menusia, yakni:

1. **Spiritualitas**

**Menurut Frankl (dikutip Schutz, 1991:145), faktor spiritualitas tidak dapat direduksikan ataupun diterangkan dengan istilah-istilah material. Meskipun spiritualitas dapat dipengaruhi oleh dunia material, namun ia tidak disebabkan atau dihasilkan oleh dunia material itu.**

1. **Kebebasan**

**Kebebasan dalam menemukan arti merupakan sesuatu yang penting dalam menemukan eksistensi diri. Kebebasan ini mengandung arti bahwa individu tidak didikte oleh faktor-faktor non spiritual atau kondisi- kondisi dari lingkungan. Individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana akan bertingkah laku jika ingin menjadi sehat secara psikologis. Dengan demikian, individu yang tidak memiliki kebebasan akan menjadi neurotis dan hal tersebut akan menghambat pemenuhan potensi-potensi diri yang pada akhirnya menggangu pencapaian eksistensi hidup.**

1. **Tanggung Jawab**

**Tanggung jawab merupakan pilihan atas konsekuensi yang harus individu hadapi. Untuk menggambarkan tanggung jawab individu, Frankl (dikutip Schutz, 1991:145) menggambarkan sebagai berikut “hiduplah seolah- olah anda hidup untuk kedua kalinya, dan bertindak salah untuk pertama kalinya kira-kira demikian anda bertindak sekarang. (1991:145)**

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian eksistensi adalah faktor spiritual, faktor kebebasan, dan faktor tanggung jawab.

**2.2.3 Pencapaian Eksitensi Diri**

Pencapaian eksistensi diri menurut pandangan **Frankl** (dikutip **Schultz**) dalam buku ***Phcychotheraphy and Existentialsm*** tentang kesehatan psikologis “**Menekankan pentingnya kemauan akan arti “(1991:145)**. Dalam sistem kepribadian yang dikembangkan **Frankl** menekankan pentingnya arti eksistensi diri dan kebutuhan mencari arti, serta teknik-teknik terapeutis yang khusus untuk menemukan arti dalam kehidupan.

Teori tentang kodrat manusia yang berasal dari *logotheraphy* dibangun atas tiga tiang: kebebasan kemauan, kemauan akan arti,dan arti kehidupan.**Frankl** dalam bukunya ***Phcychotheraphy and Existentialism*** berpendapat bahwa **“Meskipun manusia tunduk pada kondisi-kondisi dari luar yang mempengaruhi kehidupannya, namun manusia bebas memilih reaksi kondisi-kondisi tersebut” (1967:34).**

Kemauan akan arti dan arti kehidupan adalah kebutuhan manusia yang terus menerus mencari arti eksistensi diri. Semakin individu mampu mengatasi diri sendiri,memberi diri sendiri pada suatu tujuan semakin individu menjadi manusia sepenuhnya. Arti yang individu cari memerlukan tanggung jawab pribadi.Tidak orang atau sesuatu yang lain dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dalam kehidupan individu, tetapi individu harus menemukan caranya sendiri untuk menghadapi kondisi-kondisi eksistensi diri secara bebas dan bertanggung jawab sampai dapat menemukan suatu maksud dalam kondisi-kondisi yang di hadapi. Individu tidak dapat merespon kondisi-kondisi ini dengan berbicara dan berkontemplasi, melainkan dengan perbuatan-perbuatan, yang mengungkapkan dengan jelas arti yang diperoleh dalam kehidupan individu tersebut.

Oleh **Frankl** kekurangan arti dalam kehidupan disebut dengan *noogenic neurosis*, yang suatu keadaan yang bercirikan tanpa ari, tanpa maksud, tanpa tujuan, dan hampa. Hal tersebut menyebabkan individu tidak lagi merasakan kehidupan yang penuh bergairah, dan kondisi ini disebut dengan kekosongan eksistensial.

Untuk mengatasi *noogenis neurosis*, melalui *logotherapy* berusaha untuk memberi arti kembali kehidupan dengan memberi kepada dunia lewat suatu ciptaan, dengan suatu yang individu ambil dari dunia dalam pengalaman, dengan sikap yang diambil terhadap penderitaan.

Mencari arti dapat merupakan tugas yang membingungkan bahkan akan dapat menambah ketegangan batin. Namun suatu kepribadian yang sehat mengandung tingkat tegangan tertentu antara apa yang telah dicapai atau diselesaikan dan apa yang harus dicapai atau diselesaikan, merupakan suatu jurang pemisah antara siapa individu dan bagaimana seharusnya individu.

 **Frankl** dalam bukunya yang berjudul ***Phychotheraphy and Existensialsm*** mengatakan bahwa:

**Pencapaian eksistensi diri merupakan upaya untuk mencapai nilai-nilai yang dituju seperti arti kehidupan, dimana nilai-nilai itu berubah-ubah dan fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan bermacam- macam siatuasi dimana individu akan menyadari kemampuan diri sendiri. (1967:36)**

 Menurut **Frankl** ada tiga sistem nilai yang fundamental berhubungan dengan tiga cara memberi arti pada kehidupan, diantaranya:

1. **Nilai-nilai daya cipta**

**Nilai yang diwujudkan dalam aktivitas yang reatif dan produktif. Arti diberikan kepada kehidupan melalui tindakan yang menciptakan suatu hasil yang kelihatan atau dengan melayani orang-orang lain yang merupakan suatu ungkpan individu.**

1. **Nilai Pengalaman**

**Nilai ini menyangkut penerimaan dari dunia. Nilai pengalaman diungkapkan dengan menyerahkan diri sendiri kepada keindahan dalam dunia alam atau seni. Frankl mengemukakan bahwa ada kemungkinan memenuhi arti dalam kehidupan dengan mengalami beberapa segi kehidupan secara intensif, walaupun individu tidak melakukan suatu tindakan yang positif. Frankl juga mengatakan bahwa satu momen puncak dari nilai pengalaman dapat mengisi seluruh kehidupan seseorang dengan arti. Penekanannya pada intensitas yang individu alami terhadap hal-hal yang individu miliki.**

1. **Nilai Sikap**

**Nilai ini menekankan pada bagaimana secara rasional individu memberikan respon kepada kondisi-kondisi yang sama sekali mengecewakan dan destruktif serta menimbulkan keputus asaan, untuk dapat menerimanya. Nilai-nilai sikap sebagai cara memberi arti bagi kehidupan akan memberikan harapan bahwa kehidupan manusia, meskipun dalam keadaan-keadaan gawat dapat bercirikan arti dan maksud. (1967:37)**

Sejauh individu sadar bahwa dirinya diwajibkan untuk menyadari nilai-nilai maka hal tersebut akan membawa konsekuensi bahwa tanggung jawab individu untuk memelihara kesehatan psikologis merupakan hal yang tidak terelakkan.

**Smith** dalam bukunya ***What Matters Most:* Hal-hal yang paling utama** mengatakan bahwa :

**Nilai-nilai yang mendasari kehidupan individu adalah apa yang individu percayai sebagai yang paling utama dan yang paling tertinggi prioritasnya dalam kehidupan individu. Nilai-nilai ini berbeda bagi setiap individu. Seberapa baik individu mengidentifikasikan nilai-nilai yang mendasari kehidupan manusia maka hal tersebut akan menentukan seberapa jauh individu mengenali dan memahami diri sendiri yang sesungguhnya. (2003:106)**

 Berkaitan dengan hal ini ada empat hukum yang mendasari nilai- nilai yang mendasari kehidupan manusia menurut **Frankl**, yakni:

1. **Entah manusia menyadari atau tidak, manusia mempunyai nilai-nilai batiniah yang sangat mempengaruhi perilaku lahiriah manusia.**
2. **Kecenderungan alami manusia adalah agar perbuatan manusia konsisten dengan nilai-nilai yang menggerakan manusia.**
3. **Dengan mengidentifikasikan atau mengklasifikasikan nilai-nilai manusia, maka manusia dapat menggali kuasanya untuk mengingkatkkan keefektifan pribadi manusia.**
4. **Ketika perilaku individu selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan, maka individu tersebut akan mengalami kedamaian batiniah. Kedamaian batiniah adalah salah satu tujuan utama kehidupan manusia. (1967:42-43)**

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa pencapaiann eksistensi diri merupakan upaya untuk mencapai nilai-nilai yang dituju seperti artikehidupan, dimana nilai-nilai itu berubah-ubah dan fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan bermacam-macam situasi dimana individu akan menyadari kemampuan diri sendiri.

**2.2.4 Eksistensi Manusia di Dunia Maya dan Dunia Nyata**

Seorang manusia memang mengakui bahwa dia itu ada didunia ini. Mereka mengakui dirinya berada dan hadir di duniai. Namun keberadaan dirinya, sebagai makhluk sosial belum tentu ada dihadapan manusia lainnya. Jadi keberadaan seseorang didunia, khususnya dalam kehidupan sosial harus ditujukan kepada orang lain bahwa benar- benar dia itu ada. Keberadaan seseorang dihadapan orang lain bisa disebut sebagai eksistensi diri manusia dalam kehidupan sosial. Menunjukkan diri seseorang bahwa dia itu ada dalam kehidupan sosial musti ada karena itu sebagai pengakuan tentang keberadaannya dilingkungan sosial. Jangan sampai keberadaannya dianggap sebagai ketiadaan bagi oranglain dalam kehidupan sosial. Jadi, walaupun diri seseorang menganggap bahwa dirinya itu ada atau eksis, namun karena lingkungannya menganggap dirinya tidak ada, maka seseorang tersebut tidak akan diakui keberadaannya. Sehingga akan muncul ungkapan bahwa “Ada dia sama dengan ketiadannya.” Bahkan lebih jauhnya lagi, jangan sampai keberadaannya dikehidupan ini tidak diharapkan oleh lingkungan atau oranglain. Jangan sampai menjadi orang yang “Ketiadaannya lebih baik daripada keberadannya”. Zaman berubah, dunia berubah dan yang tidak berubah adalah perubahan itu sendiri. Agar kita siap dalam menghadapi dunia sekarang ini, kita memerlukan eksistensi diri. Keberadaan seseorang di hadapan orang lain bisa disebut eksistensi diri dalam kehidupan sosial. Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial dan senang diperhatikan oleh orang lain.

Manusia membutuhkan eksistensi diri sebagai modal utama dalam menghadapi segala kemungkinan yan terjadi dalam kehidupan ini. Dan sebodoh dan selemah apapun kita , ada baiknya kita selalu mencoba untuk menjadikan diri kita eksis dan menjadi manusia yang selalu mencoba untuk merubah diri kita ke arah yang lebih baik.

Penunjukkan diri bahwa diri seseorang itu ada dalam kehidupan ini sangat penting. Sehingga keberadaannya di kehidupan ini sangat bermakna dan bermanfaat bagi kehidupan. Adanya dia dalam kehidupan tersebut sangat dinantikan oleh orang lain. Sehingga orang ini disebut sebagai orang yang baik. Ini sesuai dengan ungkapan bahwa “orang yang baik adalah orang yang memiliki manfaat bagi lingkungannya.” Dengan begitu lingkungan akan mengakui eksistensinya secara positif.

**2.2.4.1 Eksistensi Diri di Dunia Maya**

Di dunia maya, remaja menunjukkan eksistensinya. Bahkan di Indonesia pengguna internet hingga akhir tahun 2011 sudah mencapai 48 juta orang sebagian besarnya adalah generasi muda. Pertumbuhan pengguna internet sangat cepat dan dominan oleh mereka yang berusia 15- 30 tahun. Hal ini berdasarkan survei *Markplus Insight* bulan Agustus- September 2011 di 11 kota besar. Remaja sangat aktif di media sosial seperti blog, facebook, twitter dan Instagram. Mereka menunjukkan eksistensinya dengan memiliki teman atau follower yang banyak. Foto dan video mereka selalu diupdate sesering mungkin.

Apapun yang mereka lihat, dengar dan rasakan didunia nyata bisa langsung diupdate ke dunia maya. Terkadang apa yang mereka tulis, foto dan video yang di upload tidak mereka pikirkan dampaknya. Padahal bisa saja apa yang mereka share bisa menyinggung perasaan orang lain. Foto atau video yang tak pantas bisa tersebar luas. Akhirnya bisa menjadi masalah. Kasus remaja yang diberhentikan dari sekolah karena berkomentar negatif sudah sering terjadi. Tidak semuanya negatif, banyak remaja yang eksis dengan berkarya di dunia maya. Mereka rajin mengupload foto dan video yang hasilnya bisa menginspirasi banyak orang, memberikan informasi dalam bentuk audio dan visual. Bagi mereka dunia maya bisa menjadi ajang untuk unjuk gigi dan meraih prestasi.

Di dunia maya, masalah eksistensi menjadi sesuatu kebanggaan tersendiri bagi warga dunia maya,khususnya pengguna blog, facebook, twitter dan Instagram. Eksistensi berkaitan dengan seringnya seseorang tersambung atau berada di dunia maya tersebut. Eksistensi ini berkaitan juga dengan keberadaannya (waktu yang digunakan) di dunia maya. Semakin sering atau lama seseorang tersambung ke dunia maya, itu menunjukkan keeksistensiannya di dunia maya. Namun demikian seseorang yang tesambung ke dunia maya tidak serta-merta bisa menunjukan eksistensi dirinya di dunia maya. Karena eksistensi ini bukanlah pengakuan tentang keberadaannya oleh diri sendiri, tapi pengakuan keberadaannya di mata orang lain.

Eksistensi ini dinilai oleh orang (pihak) lain yang mengetahui keberadaannya. Jadi seseorang yang walaupun terus tersambung ke dunia maya,belum tentu mengetahui keberadaannya oleh orang lain, sehingga eksistensinya diragukan. Untuk itu, di dunia maya ini , khususnya blog diberikan sarana untuk menunjukkan keberadaannya , sehingga keberadaan seseorang di dunia maya tesebut bisa diketahui oleh orang (pihak) lain.

Namun dengan mencoba menggali mengenai kehidupan, kehidupan ini harus diawali dengan pikiran, impian, hati atau lamunan. Apa yang menjadi pemikiran atau bahan pemikiran akan mempengaruhi juga perjalanan kehidupan. Apa yang dipikrkan seseorang, akan mempengaruhi perbuatan dan ucapan dalam menjalaninya. Pikiran yang ada dalam hati, dalam pikiran, dalam akal, akan dicurahkan dalam praktek kehidupan. Pikiran ini jika ditelaah akan menjurus pada keyakinan. Keyakinan yang dipegang, yang menjadi sumber pikiran dalam mengarungi kehidupan. Jadi apa yang dipikirkan seseorang akan mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam kehidupannya.

 Didunia maya, dengan mengetahui jawaban yang ditulis oleh seseorang untuk menjawab pertanyaan ini, minimal bisa membaca bagaimana perilaku atau sifat dari orang tersebut. Apalagi jika dengan menelusuri urutan jawaban seseorang tersebut, akan diketahui runtutan atau urutan pikirannya. Tapi, jawaban seseorang ini tidak mencerminkan pikiran sebenarnya. Karena melihat kondisi dunia maya yang tidak diketahui akan dibawa kemana arahnya, tidak semua orang yang menjadi warga dunia maya yang mau dan bisa mencurahkan pikiran yang sebenarnya. Jadi, dengan mengisi jawaban atas pertanyaan apa yang sedang dipikrkan, menjadi salah satu sarana bagi warga dunia maya untuk menyatakan eksistensi diri didunia maya.

**2.2.4.2 Eksistensi Diri di Dunia Nyata**

Didunia nyata cara menunjukkan eksistensi diri dilakulkan dengan cara yang biasa maupun “luar biasa”. Cara yang biasa dilakukan dengan menunjukkan prestasi (agak jarang yang seperti ini), tampil beda, atau bertingkah untuk menarik perhatian. Cara yang luar biassa dilakukan jika mereka kurang perhatian dan kasih sayang dari orang tua atau lingkungannya. Ada yang menjadikan tawuran sebagai rutinitas mingguan, corat-coret tembok, mabok- mabokan sampai mencoba narkoba. Kenakalan remaja hanyalah dampak dari keinginan mereka untuk eksis dilingkungannya. Hanya sayang lingkungan yang mereka pilih bukan tempat yang tepat untuk mengembangakan diri.

Keberadaan seseorang akan berati atau bernilai jika keberadaannya tersebut diakui oleh pihak lain. Keberadaannya menjadi bermanfaat bagi pihak lain. Jadi apa yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka menunjukkan keberadaannya dalam kehidupan sosial ini, harus memiliki manfaat bagi orang (pihak) lain. Kebermanfaatan seseorang dalam hal perilaku dikehidupannyya harus berangkat dari pikiran tentang kebermanfaatan dirinya bagi kehidupan. Karena perilaku seseorang akan berasal atau didasari oleh apa yang dipikirannya. Apapun yang dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan ini, dilandasi oleh apa yang dipikirannya. Lebih jauhnya, dilandasi oleh apa yang diyakininya.

**2.3 *Fashion Blogger***

*Fashion* berasal dari kata bahasa inggris yang berarti mode, cara, gaya, model dan kebiasaan. Sebenarnya pengertian *fashion* itu sendiri pendapat dari beberapa orang. Istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana. Namun, banyak para ahli fashion yang menyatakan bahwa tujuan utama dari hal tersebut ialah sebagai penutup, perlindungan, kesopanan dan sekaligus daya tarik. Ada yang berpendapat *fashion* adalah busana yang menentukan penampilan seseorang dalam suatu acara tertentu, sehingga terlihat berbeda dari sebelumnya. Lalu ada juga yang berpendapat *fashion* adalah suatu bentuk dari komunikasi dll.

*Blogger* adalah sebuah layanan publikasi blog yang dibuat oleh Pyra Labs dan diakusisi oleh Google pada tahun 2003. Secara umum, blog yang dihost oleh Google berada di bawah subdomain blogspot.com. *Blogger* memperbolehkan penggunanya untuk mempublikasikan blognya di *server* lain, melalui FTP hingga 1 Mei 2010. Setelah tanggal tersebut, semua blog harus disimpan di *server* Google, meskipun pengguna dapat menggunakan alamat situsnya sendiri dengan fitur *Custom* URL.

*Fashion blogger* adalah seorang *blogger* yang berfokus pada tema *fashion* pada bahasan blognya. Ngeblog atau aktivitas blogging sudah menjadi budaya populer di era internet saat ini, dan para *fashion blogger* memanfaatkan hal ini untuk berkreasi, berekspresi, serta membagikan kepada dunia mengenai gaya *fashion*nya melalui suatu blog pribadi. Kini fashion blogger telah menjadi profesi yang keren, terutama bagi kalangan anak-anak muda. Kolaborasi antara *passion*, *fashion*, dan blog, ternyata dapat memberikan keberuntungan bagi para *fashion blogger*. Banyak tawaran menjadi *endorser* dari *online shop* dan *brand* terkenal. Selain itu, mereka juga eksis diliput oleh berbagai media fashion dari dalam dan luar negeri. Dari sekian banyak *fashion blogger* di Indonesia, mayoritas memang didominasi oleh kaum perempuan. Mungkin karena kaum perempuan lebih peduli pada penampilan dan mengikuti perkembangan *trend fashion* yang ada.Untuk menjadi seorang *fashion blogger*, modal utama yang harus dimiliki adalah ‘*sense of fashion*’ yang kuat. Sangat penting buat seorang *fashion blogger* mengetahui tren *fashion* terbaru saat ini.

Sejak internet makin berjaya, aktivitas blogging juga makin populer. Banyak orang jadi terkenal gara-gara blog. Bukan cuma video di Youtube aja yang bisa jadi viral. Apa yang diposting di blog pun bisa jadi viral ketika itu bagus dan orang suka. Belakangan fashion blogger, terlebih di Indonesia, makin dihargai eksistensinya. Bahkan fashion blogger udah jadi sebuah profesi yang keren, terutama untuk kalangan remaja. Segudang prestasi pun mereka raih, mulai dari masuk di berbagai media (cetak dan *online*) nasional maupun internasional, pembicara di berbagai acara fashion dalam dan luar negeri, sampai didaulat untuk menjadi kontributor ajang *fashion show* kelas dunia kayak New York Fashion Week.

**2.4 Kegiatan Khusus (*Special Event*)**

*Special Event* atau kegiatan khusus dalam humas, **Ruslan** (dalam **Ardianto, 2009:103-104**) mengemukakan, bahwa untuk menyelenggarakan acara atau kegiatan khusus (*special events*), humas tersebut harus mampu menarik perhatian dari publik terhadap perusahaan atau produk tertentu, yang ingin ditampilkan melalui aktivitas *special events* itu sendiri. Dalam hal ini, maka kegiatan *special events* dari Humas/PR tersebut akan mampu memuaskan bagi pihak-pihak lain yang terlibat atau terkait untuk berperan-serta dalam suatu kesempatan pada acara khusus Humas, baik untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), Kesadaran (*awareness*), upaya pemenuhan selera (*pleasure*), dan menarik simpati atau empati sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua belah pihak. Pada akhirnya, kegiatan ini dapat menciptakan citra (*image*) positif dari masyarakat atau publik sebagai target sasarannya.

Pengertian *special events*, pengertian dari *special events* menurut kalangan pakar komunikasi/Humas:

**“*A Special events is an event of which usually produce to gain favourable attention in media for your client, your company or your product. It may also designed to convey a specific message about your company: for example the fact of your company provides equal employment opportunity, is a good place to work, is a sociality responsible corporate citizen, is good neighbor, is interested in progress for woman, manufactures fine products, or is as substansial taxprayers in community. A special event might also be product launch or a product publicity event.”* (Ardianto, 2009:104)**

Maka, pengertian  dari peristiwa khusus (*special events*) adalah suatu kegiatan *public relations*, yang cukup penting dalam upaya memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan memenuhi selera/kesenangan, serta upaya menarik perhatian bagi publiknya.

Arti *special events* menurut istilahnya:

**a.   *Special*, atau spesial berarti Sesutu yang “istimewa”, pengeculalian (khas), dan tidak umum.**

**b.   *Event,* sesuatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional, bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa (*event*) secara internasional. (Ardianto, 2009:104)**

Jadi, *special events* tersebut merupakan suatu peristiwa istimewa atau khas yang tengah berlangsung, dan dirancang secara khusus dalam program acara kehumasan, yang dikaitkan dengan event tertentu (*specials event PR programme*).

**2.5 Fenomenologi**

Panduan dasar dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Sebagai aliran filsafat, objek fenomenologi tidak dibatasi pada satu bidang saja. Tujuannya adalah untuk mencari pemahaman hakiki sehingga diperlukan pembahasan yang mendalam.

 Makna fenomenologi adalah realita, tampak, sedangkan menurut bahasa (logos) ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realita sosial yang tampak. Fenomenologi yang tampak adalah refleksi dari realita yang tidak beridiri sendiri. Karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut.

 Fenomenologi menurut **Orleans** dalam **Dimyati (2000:70)** dikutip kembali oleh **Elvinaro Ardianto** dalam buku **Metode Penelitian Untuk *Public Relations*** bahwa

**Fenomenologi adalah instrument untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehiduoan sosialnya. (2010:67)**

 Dalam pandangan fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Yang ditekankan oleh fenomenologi adalah aspek subjektif dari perilaku orang. Peneliti harus berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga peneliti mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh peneliti di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

 Fenomena yang tampak sebenarnya adalah refleksi yang tidak berdiri sendiri karena apa yang tampak adalah objek yang penuh makna transcendental. Agar seorang peneliti mendapatkan hakikat kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak. Alfred Schutz menyempurnakan pandangan tersebut dengan menggabungkan fenomena transcendental dari konsepnya. Hussel dengan konsep *verstehen*-nya Weber. Dengan demikian, fenomena yang ditampilkan oleh individu merupakan refleksi dari pengalamana transcendental dan pemahaman tentang makna atau *verstehen*.

Bagi Schutz, dan pemahaman kaum fenomenologi, tugas utama analisi fenomenologi adalah menkonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat bebagai persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan interaksi atau komunikasi.

 Schutz membuat model tindakana manusia melalui proses yang dinamakan “tipikasi.” Tipikasi Alfred Schutz yang dijelaskan Kuswarno dalam buku Fenomenologi sebagai berikut:

**Tipikasi ini menyediakan seperangkat alat identifikasi, klarifikasi, dan model perbandingan dari tindakan dan interaksi sosial. Dengan menggunakan criteria yang telah didefinisikan untuk menempatkan fenomena ke dalam tipt-tipe khusus. (2009:39)**

 Tipikasi mengacu pada pengetahuan umum yang diinternalisasikan; menjadi sebuah alat dimana kesadaran individual menggunakannya untuk menyusun dunia-kehidupan, yang menyatukan wilayah kesadaran manusia dan tindakannya. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang yang memainkan peran dalam suatu tipikal.

 Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yakni sebagai tindakan untuk mengungkap makna sesuatu yang sedang diteliti. Engkus dalam buku yang berjudul Fenomenologi memamparkan bahwa:

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia itu sendiri. Fenomenologi juga tidak diawali serta tidak bertujuan untuk menguji sebuah teori. (2009:35)**

 Pendapat tersebut cukup member gambaran bahwa fenomenologi rupanya berusaha mendalami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul sesuai kesadarnnya. Artinya oleh kaum fenomenologis menekankan aspek subjektif perilaku manusia yang dilakukan secara sadar. Dengan demikian fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya. Mereka berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

 Terdapat dua garis besar di dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transcendental seperti yang digambarkan dalam kerja Edmund Husserl dan fenomenologi sosial yang digambarkan Alfred Schutz, dari dua garis besar terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikais, yaitu:

1. Pertama, prinsip paling dasar fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealism adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu.
2. Kedua, makna adalah derivasi dari potensialisasi sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Esensinya makna yang berasal dari objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup.
3. Ketiga, kalangan fenomenolog percaya bahwa dunia dialami dan dimaknai melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikasi bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang dibahas.

 Menurut **Ferguson** dalam **Basrowi** dan **Sudikin (2002:30)** dikutip kembali oleh **Elvinaro Ardianto** dalam buku **Metode Penelitian Untuk *Public Relations***:

**Suatu fenomena yang tampak, sebenarnya refleksi realitas yang tidak berdiri sendiri karena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna transcendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakekat kebenaran harus menerobos melampaui fenomena yang tampak. (2010:67)**

 Fenomenologi beranggapan bahwa masyarakat adalah hasil konstruksi manusia. Fenomenologi menekankan bahwa keunikan spirit manusia membutuhkan beberapa metode khusus sehingga seorang mampu memahaminya secara otentik. Peneliti berusaha memahami arti peristiwa terhadap orang-orang yang mengalami situasi tertentu. Peneliti tidak berasumsi bahwa mereka mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti. Penelitian fenomenologis menekankan aspek subjektif dari perilaku seseorang.

 **Moleong** dalam bukunya **Metode Penelitian Kualitatif** menganggap:

**Bahwa penelitian fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Peneliti berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaiman suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-harinya. (2001:9)**

 Dalam studi fenomenologis, peneliti berusaha memahami makna pengalaman hidup drai sudut pandang yang mengalaminya bagi para fenomenolog, manusia menginterpretasikan pengalamannya melalui interaksi dengan orang lain dan pengamatan itulah yang membentuk realitas dimata mereka.

 Pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini disebut *epoche* (tenggat waktu). Konsep *epoche* adalah membedakan wilayah data (subjek) dengan interpretasi peneliti. Konsep *epoche* menjadi pusat dimana peneliti menyusun dan mengelompokkan dugaan awal tentang fenomena untuk mengerti tentang apa yang dikatakan oleh responden. Focus penelitian fenomenologi, yakni:

1. *Textural description*: apa yang dialami subjek penelitian tentang sebuah fenomena.
2. *Structural description*: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya.