**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PERSPEKTIF**

* 1. **Tinjauan Pustaka**

**2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Review penelitian sejenis merupakan tinjauan terhadap penelitian-penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya. Terdapat beberapa referensi penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti untuk memperkuat kajian penelitian yang ada, yaitu :

1. Suryadi kusumah, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran, 2008 dalam skripsinya yang berjudul “ Citra Viking Persib *Fans Club* di Bandung antara mitos dan realitas”. Penelitian ini memfokuskan mengenai bagaimana citra Viking persib *Fans* di kota Bandung antara mitos dan realitas yang ada. Metode penelitian Suryadi Kusumah ini menggunakan metode penelitian kualitatif dalam studi fenomenologi. Dalam penelitian ini kesimpulan yang didapatkan yaitu pemahaman. Viking Persib *Fans Club* di Bandung adalah dmana mitos dan realitas berkembang dan berbaur hamper tanpa batas.
2. Mutiarini, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, 2009 dengan judul “ Aktualisasi diri *Exchange Partisipant* AIESEC di Kota Bandung”. Dalam penelitian ini Mutiarini memfokuskan penelitiannya pada bagaimana aktualisasi diri yang dilakukan *Exchange Partisipant* di Kota Bandung. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dalam studi fenomenologis. Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah proses pemaknaan dipengaruhi oleh kontak pertama mereka dengan AIESEC sebagai organisasi, Exchange Partisipant sebagai suatu kegiatan yang memberi kesempatan untuk mengenal dunia luar dan mempelajari budaya local ditempat tujuan program ini.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tinjauan** | **Suryadi Kusumah/ Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran/ 2008** | **Mutiarini / Universitas Islam Bandung / 2009** |
| **1.** | **Judul** | Citra Viking Persib Fans Club di Bandung antara Mitos dan Realitas | Aktualisasi diri Exchange Paticipant AIESEC di Kota Bandung |
| **2.** | **Fokus** | Citra Viking Persib dalam kaitannya dengan mitos dan realitas | Bagaimana aktualisasi diri yang dilakukan oleh Exchange Participant AIESEC di Kota Bandung |
| **3.** | **Metode** | Kualitatif, Fenomenologis | Kualitatif, Fenomenologis |
| **4.** | **Kesimpulan** | Pemahaman komunitas Viking Persib Fans Club di Bandung adalah dunia dimana mitos dan realitas berkembang dan berbaur hamper tanpa batas | Proses Pemaknaan dipengaruhi oleh kontak pertama mereka dengan AIESEC sebagai organisasi dan Exchange Participant sebagai suatu kegiatan yang memberi kesempatan untuk mengenal dunia luar dan mempelajari budaya local ditempat tujuan program ini |
| **5.** | **Perbandingan** | Penelitian yang dilakukan oleh Surya menyoroti bagaimana anggota komunitas Viking Persib Fans Club memahami tentang realitas dan mitos tentang Viking bagaimana persepsi anggota dan cita citra komunitas Viking di mata anggota, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada bagaimana anggota komunitas BFC membangun makna mobil Fiat itu sendiri yang telah dimilikinya | Penelitian yang dilakukan oleh Mutia memfokuskan kepada bagaimana anggota organisasi AIESEC memaknai kegiatan Echange Partcipant sebagai bentuk aktualisasi diri. Jika dibandingkan dengan penelitian yang peneliti lakukan, pada penelitian ini peneliti juga mengamati bagaimana anggota BFC melakukan pemaknaan, namun yang disoroti dalam penelitian ini adalah bagaiman anggota komunitas BFC memkanai setiap aspek yang terdapat dalam mobil Fiat yang dimilikinya |

Sumber : Pusdatin Fikom Unpad, Jatinangor

 Perpustakaan Fikom Unisba , Bandung

 Tabel 2.1 Tabel Tinjauan Penelitian Sejenis

Terdapat keterkaitan dalam focus ataupun metode dengan penelitian yang peneliti lakukan, namun tetap terdapat beberapa perbedaan dan aspek yang kurang dalam penelitian terdahulu diatas.

Secara umum, keterkaitan dalam mengkaji penelitian terdahulu terdapat pada kriteria keterkaitan subjek penelitian dan metode penelitian. Dalam keterkaitan subjek, referensi skripsi mahasiswa komunikasi yang meneliti dikalangan komunitas tertentu memang sangat banyak ditemukan. Akan tetapi, subjek penelitiaannya tentu berbeda dengan komunitas yang menjadi subjek penelitian yang peneliti lakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suryadi Kusumah pada tahun 2008 meneliti komunitas Viking Persib Fans Club, Mutiarini meneliti Exchange Participant AIESEC , sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian terhadap komunitas Bandung Fiat Club.

Dalam metode penelitian banyak kesamaan yaitu penggunaan metode kualitatif sebagai metode penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiarini yaitu menggunakan pendekatan Interaksi Simbolik .

Alasan peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi karena fenomenologi bertujuan menggambarkan arti pengalaman hidup untuk beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena (Polkinghorne,1998) sehingga dirasa sejalan dengan penelitian ini yang berupaya mengungkap realita dibalik fenomena melalui pengalaman beberapa partisipan terhadap fenomena tersebut.

Peneliti memfokuskan terhadap bagaimana partispan yang merupakan anggota komunitas BFC membangun makna mobil antic Fiat ditengah fenomena banyaknya mobil antik tahun tua lainnya yang sedang marak dikoleksi oleh sebagian pecinta mobil tua saat ini

.

* 1. **Kerangka Teoretis**
		1. **Fenomenologi**

Fenomenologi dalam Engkus Kuswarno (2009:1), berasal dari Bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. Phainomenon merujuk pada “yang Nampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan yang masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atauditerima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektivitas karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain.

Fenomenologi sebagai aliran filsafat dan sekaligus metode berpikir diperkenalkan oleh Husserl, yang beranjak dari kebenaran fenomena, seperti yang tampak apa adanya. Suatu fenomena yang tampak sebenarnya refleksi realitas yang tidak berdiri sendiri karena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna yang trasedental.

Pandangan ini disempurnakan oleh Schultz dengan menggabungkan antara fenomena trasedental dari konsepnya Husserl dan konsep *versthen-*nya *Webe*r , karena dunia sosial keseharian senantiasa merupakan suatu yang intersubjektif dan pengalaman penuh dengan makna. Dengan demikian, fenomena yang ditampakan oleh individu merupakan refleksi dari pengalaman trasedental dan pemahaman tentang makna *versthen*.

Alfred Schultz merupakan seorang pegawai bank sekaligus filsuf fenomenologi yang dilahirkan di Vienna pada tahun 1899 dan meninggal *New York* 1959 . Schultz belajar ilmu hokum di *University of Vienna* setelah menunaikan wajib militernya di Italia selama perang dunia 1. Analisis mendalam mengenai fenomenologi didapatkannya ketika magang di *New School For The Social Research* di New York. Dialah yang meletakan dasar-dasar fenomenologi bagi ilmu sosial. Dengan pengalaman dan pergaulanyang luas (dari Vienna, Italia ke New York), membuat analisisnya mengenai kehidupan sehari-hari sangat mendalam, dan mudah untuk dibaca dan dimengerti .

Meskipun Schultz tidak pernah menjadi murid langsung dari Husserl, bersama temannya Felix Kaufman, ia mempelajari pemikiran-pemikiran Husserl dengan mendalam. Terutama dalam upaya mencari dasar bagi pemikiran Weber (*sociology of understanding*), yang menarik perhatiaannya. Hasil dari penelaahnya ini, ia tuangkan dalam buku “*der sinhafle Aufbau der sozialen Welt (the meaningful construction of the social world),*yang diterjemahkan kedalam Bahasa inggris yaitu *“the phenomenology of the social world”.* Buku ini pula yang membuat Schultz kemudian terlibat diskusi yang mendalam dan intensif dengan Husserl di Freiburg University, namun tawaran ini ditolaknya dengan alasan yang bersifat pribadi.

Saat ini Schultz dikenal sebagai ahli teori fenomenolgi yang paling menonjol. Oleh karena itu ia mampu membuat ide-ide Husserl yang masih dirasakan sangat abstrak, menjadi lebih mudah dipahami. Dia jugalah yang membawa fenomenologi ke dalam ilmu sosial, membuat fenomenologi malah menjadi cri khas bagi ilmu sosial saatini. Baginya tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran.

Menurut Schultz manusia mengkonstruksi makna diluar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antar makna pun di organisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. Jadi, kumpulan pengetahuan memiliki kegunaan praktis dari dunia itu sendiri, bukan sekedar pengetahuan tentang dunia.

Inti pemikiran Schultz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melaui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schultz meletakan hakikat manusia dalam subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia sehari-hari. Dalam hal ini, Schultz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman actual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga te-refleksi dalam tingkah laku.

Menurut pandangan Schultz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai seorang yang memainkan peran dalam situasi tipikal.

Hubungan – hubungan sosial antar manusia ini kemudian membentuk totalitas masyarakat. Jadi dalam kehidupan totalitas masyarakat, setiap individu menggunakan symbol-simbol yang telah diwariskan padanya, untuk memberi makna pada tingkah lakunya sendiri. Singkatnya pandangan deskriptif atau interpretative menganai tindakan sosial ,dapat diterima hanya jika tampak masuk akal bagi pelaku sosial yang relevan.

Schultz setuju dengan pemikiran Weber tentang pengalaman dan perilaku manusia (*human being*) dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial (*socially meaningful reality*). Schultz menyebut manusia yang berperilaku tersebut sebagai “actor”. Ketika seorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau diperbuat actor, dia akan memahami (understand) makna dari tindakan tersebut. Dalam dunia sosial hal demikian disebut sebagai sebuah “realitas interpretif” (*interpretive reality*).

Bagi Schultz, dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah mengkonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagai persepsi dasar yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi.

Schultz setuju dengan Weber bahwa fenomena sosial dalam bentuknya yang ideal harus dipahami secara tepat. Schultz juga bukan hanya menerima pandangan Weber, bahkan menekankan bahwa ilmu sosial secara esensial tertarik pada tindakan sosial(*social action*). Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua atau lebih orang, dan konsep “tindakan” didefinisikan perilaku yang membentuk makna subjektif (*subjective meaning*). Akan tetapi menurut Schultz dalam Engkus Kuswarno (2009:110), makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individual. Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh actor berupa sebuah”kesamaan dan kebersamaan” (*common and shared*) diantara para actor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”.

Selain makna “intersubjektif”, dunia sosial menurut Schultz harus dilihat secara historis. Oleh karenanya Schultz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang, dan akan dating. Schultz selanjutnya menjelaskan bahwa melihat ke depan pada masa yang akan datang (*looking forward into the future*) merupakan hal yang esensial bagi konsep tindakan atau action (*handeln*). Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkantujuan pada masa datang yang telah ditetapkan (*determinate*) kalimat tersebut sebenarnya mengandung makna juga bahwa seseorang memiliki masa lalu (*pastness*). Dengan demikian tujuan tindakan memiliki elemen ke masa depan (*futurity*) dan elemen masa lalu (*pastness*).

Untuk menggambarkan bahwa tujuan tindakan sosial seseorang cukup kompleks, Schultz meminjam istilah tata Bahasa, dengan menyebut *in the future perfect tense* (*modo future exati*). Sementara itu, tindakan dapat berupa “tindakan yang sedang berlangsung” (*the action in progress*), dan “tindakan yang telah lengkap” (*the completed act*). Dengan meminjam istilah Heidegger, Schultz menyatakan bahwa “*the completed act the pictured in the future prefect tense as the project (Enwurf) of the action”.*

Proyek adalah sebuah makna yang rumit atau makna yang kontekstual. Oleh karenanya, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu diberi fase. Dua fase yang diusulkan Schultz diberi nama tindakan *in-order-to motive* (*Um-zu-Motiv*), yang merujuk pada masa yang akan datang dan tindakan *because-motive* (*well-Motiv*) yang merujuk pada masa lalu.

Diamencotohkan,jika seseorang membuka paying ketika hujan turun,maka motif pertama(motif-untuk) akan berupa pernyataan “menjaga baju tetap kering”, sedangkan motif kedua (motif-sebab) dengan melihat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya tentang bagaimana akibatnya pada baju jika hujan tanpa paying,misalnya digambarkan sebagai pernyataan “agar baju tidak basah”.

Scoot dan Lyman menjelaskan istilah motives lebih berkonotasi kajian psikologis, sedangkan sebagai sosiolog mereka mengusulkan istilah yang khas sosiologi, accounts. Walaupun penjelasan istilah yang dikemukakan mereka agak berbeda dengan pengertian motif Schultz ,Scoot dan Lyman dalam Engkus Kuswarno(2009:111),menyebutkan terdapat dua tipe account, yaitu pernyataan maaf (excuses) dan pembenaran (justification). Tipe pertama adalah pengakuan atas tindakan yang buruk, salah atau tidak layak . sedangkan tipe kedua adalah pengakuan tentang tanggung jawab penuh atas tindakan yang dipertanyakan.

* + 1. **Konstruksivisme**

Konstruksivisme ini dikembangkan lebih lanjut melalui paradigm-paradigma interpretif. Objektivitas sebagaimana dianut kaum positivistic(paradigm klasik) mengakui adanya fakta dan realitas empiric, sedangkan konstruksivisme berpendapat bahwa semesta secara epitomologi merupakan hasil konstruksi sosial.

Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan objek material. Pengalaman mansuia terdiridari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual/kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis,cultural,dan personal yang digali terus menerus.

Bagi kaum konstuktivis,semesta adalah suatu konstruksi, artinya bahwa semesta bukan dimengerti sebagai semesta yang otonom,akan tetapi dikonstruksikan secara sosial,dan karenanya plural. Konstruksi membuat cakrawala baru dengan mengakui hubungan antara pikiran yang membentuk ilmu pengetahuan dan objek atau eksistensi manusia. Dengan demikian konstrukstivis mencoba menjembatani dualism objektivisme-subjektivisme dengan mengafirmasi peran subjek dan objek dalam konstruktivia ilmu pengetahuan.

Pandangan konstuktivis mengakui adanya interaksi ilmuwan dengan fenomena yang dapat memayungi berbagai pendekatan atau paradigma dalam ilmu pengetahuan, bahkan bukan hanya pada ilmu-ilmu alam seperti ditunjukan dalam fisika kuantum. Kaum konstruktivis menganggap tidak ada makna yang mandiri, tidak ada deskripsi yang murni objektif. Kita tidak bisa “apa yang ada disana” atau “ yang ada disini” tanpa termediasi oleh teori, kerangka konseptual atau Bahasa yang disepakati secara sosial. Setiap Bahasa mengkonstruksi aspek-aspek spesifik dari semesta dengan caranya sendiri.

Bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial serta memiliki sifat tidak permanen, sehingga terbuka dan mengalami prses evolusi. Berbagai versi tentang objek-objek dan tentang dunia muncul dari berbagai komunitas sebagai *respons* terhadap *problem* tertentu, sebagai upaya mengatasi masalah tertentu dan cara memuaskan kebutuhan dan kepentingan tertentu. Masalah kebenaran dalam konteks konstruktivis bukan lagi permasalahan fondasi atau representasi, melainkan masalah kesepakatan pada komunitas tertentu.

Para kontruktivis percaya bahwa pengetahuan itu ada dalam diri seseorang yang sedang mengetahui. Pada proses komunikasi, pesan tidak dapat dipindahkan begitu saja dari otak seseorang ke kepala orang lain. Penerima pesan sendirilah yang harus mengartikan apa yang telah diajarkan dengan menyesuaikan terhadap pengalaman mereka.

Pentingnya pengalaman dalam proses pengetahuan ini membuat proses konstruksi membutuhkan beberapa kemampuan sebagai berikut :

1. Kemampuan mengingat dan mengungkapkan kembali pengalaman
2. Kemampuan membandingkan, mengambil keputusan (*justifikasi*) mengenai persamaan dan perbedaan
3. Kemampuan untuk lebih menyukai pengalaman yang satu dari yang lain.

Secara ringkas, gagasan konstuktivisme mengenai pengetahuan dapat dirangkum sebagai sebagai berikut ;

1. Pengetahuan bukanlah merupakan gambaran dunia kenyataan belaka, tetapi selalu merupakan konstruksi kenyataan melalui kegiatan subjek.
2. Subjek membentuk skema kognitif, kategori,konsep dan struktur yang perlu untuk pengalaman.
3. Pengetahuan dibentuk dalam struktur konsepsi seseorang. Struktur konsepsi membentuk pengetahuan bila konsepsi itu berlaku dalam berhadapan dengan pengalam-pengalaman seseorang. (Ardianto,2007:115)

Bagi kaum konstruktivis, kebenaran bukan pada kecocokan dengan realitas ontologis melainkan pada viabilitas, yaitu kemampuan suatu konsep atau pengetahuan dalam beroperasi. Artinya pengetahuan yang kita konstruksikan itu dapat digunakan dalam menghadapi macam-macam fenomena dan persoalan yang berkaitan dengan pengetahuan tersebut. Konstruksivisme memang merujukan pengetahuan pada konstruksi yang sudah ada di benak subjek. Namun konstruksivisme juga meyakini bahwa pengetahuan bukanlah hasil sekali jadi,melainkan proses panjang sejumlah pengalaman.

Banyak situasi yang memaksa atau membantu seseorang untuk mengadakan perubahan akan pengetahuaannya. Perubahan inilah yang mengembangkan pengetahuan seseorang, Bettencourt menyebutkan beberapa situasi atau konteks yang membantu perubahan yaitu konteks tindakan, konteks membuat masuk akal, konteks penjelasan dan konteks pembenaran (justifikasi). Apabila kita berhadapan dengan suatu persoalan atau kejadian yang baru, kita tertantang untuk mencari arti dan makna hal itu dengan menggunakan gagasan,ide dan konsep yang kita miliki. Pada banyak kasus ada banyak peristiwa atau persoalan baru yang tidak bisa dipahami dengan konsep yang kita miliki tadi, saat konsep yang kita miliki tidak cocok, kita terpaksa harus mengubah konsepnya dan dengan cara ini kita telah mengembangkan pengetahuan.

Robyn Penmann merangkum kaitan konstruksivisme dalam hubungannya dengan ilmu komunikasi :

1. Tindakan komunikatif sifatnya sukarela. Pembuat komunikasi adalah subjek yang memiliki pilihan bebas, walaupun lingkungan sosial membatasi apa yang dapat dan telah dilakukan. Jadi tindakan komunikatif dianggap sebagai tindakan sukarela berdasarkan pilihan subjeknya.
2. Pengetahuan adalah sebuah produk sosial.pengetahuan bukanlah sesuatu yang objektif sebagaimana diyakini psitivisme, melainkan diturunkan dari interaksi dalam kelompok sosial. Pengetahuan itu dapat ditemukan dalam Bahasa, melalui Bahasa itulah konstruksi realitas tercipta.
3. Pengetahuan bersifat kontekstual,maksudnya pengetahuan merupakan produk yang dipengaruhi ruang waktu dan akan dapat berubah sesuai dengan pergesaran waktu.
4. Teori-teorimenciptakan dunia. Teori bukanlah alat, melainkan suatu cara pandang yang ikut mempengaruhi cara pandang kita terhadap realitas atau dalam batas tertentu teori menciptakan dunia. Dunia disini bukanlah “segala sesuatu yang ada” melainkan “segala sesuatu yang menjadi lingkungan hidup dan penghayatan hidup manusia”, jadi dunia dapat dikatakan sebagai hasil pemahaman manusia atas kenyataan diluar dirinya. Pengetahuan bersifat sarat nilai. (Ardianto,2007:158)
	1. **Kerangka Konseptual**

**2.3.1 Komunikasi**

**2.3.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi memilik perananpenting dalam setiap aspek kehidupan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri, ia selalu memerlukan bantuan orang lain dalam keadaan atau situasi apapun. Dalam hal ini berkomunikasi, komunikasi merupakan alat menyampaikan pikiran atau maksud-maksud yang ada dalam pikiran kita kepada orang lain sehingga orang lain dapat mengerti apa yang kita maksud.

Selain itu Komunikasi berperan sebagai sarana dalam berbagai segi kehidupan manusia yaitu dalam hal hubungan orang dengan orang, orang dengan kelompok,maupun kelompok dengan kelompok. Dengan demikian komunikasi merupakan unsur pokok dalam kehidupan manusia yaitu dalam mengadakan hubungan antara pihak satu dengan pihak yang lainnya.

Banyak alasan kenapa manusia berkomunikasi. Thomas M. Scheidel (Mulyana,2003) mengatakan ;Orang berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitarnya, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir , atau berperilaku sebagaimana yang diinginkan. Namun tujuan utama komunikasi sejatinya adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis.

Charles R. Wright mengemukakan tentang komunikasi yang dikutip Santoso sebagai berikut :

**Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang bersifat mendasar dan vital dalam kelestarian hidup manusia. Dengan fundamental atau mendasar maksudnya bahwa setiap masyarakat manusia primitive atau modern dibangun atas dasar kapasitas anggotanya untuk saling memenuhi melalui komunikasi. Suatu konseus kerja mengenai pranata sosial, dinyatakan vital sepanjang kemampuan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain memrlukan pengawasan sosial.(Santoso,1986:40)**

 Dengan demikian komunikasi merupakan suatu kegiatan manusia yang dilakukan dalam mengadakan hubungan pergaulan hidup sehari-hari. Untuk mengungkapkan suatu pernyataan,gagasan, kemampuan, harapan atau informasi kepada pihak lain dengan menggunakan lambing-lambang yang berarti yang bisa berupa Bahasa (kata-kata) isyarat, tanda-tanda atau gambar-gambar yang dapat dipahami oleh semua pihak.

Menurut Onong U. Effendy dalam bukunya Dinamika Komunikasi mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media”. (Effendy, 1993:5)

Dari pendapat tersebut, kita dapat melihat bahwa suatu kegiatan komunikasi yang telah dilakukan seseorang atau komunikator tidak hanya berisi pesan-pesan (Bahasa baik secara lisan maupun tulisan) tetapi didalamnya juga mengandung suatu keinginan untuk membuat perubahan pendapat dan sikap atau tingkah laku. Dengan komunikasi seseorang akan dapat merubah sikap, pendapat orang lain apabila komunikasi yang dilangsungkannya itu memang komunikatif.

Suatu kegiatan komunikasi akan efektif apabila terjadi kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Dalam proses penyampaian lambing-lambang yang bermakna tersebut, yang penting adalah komunikator dapat melemparkan symbol dan komunikan dapat memecahkan ke dalam kata bermakna yang pernah diketahui dalam pengalamannya.

Melalui kegiatan komunikasi dimungkinkan terdapat suatu interaksi secara individu, sesame kelompok atau antar individu dan kelompok. Dengan adanya interaksi tersebut,maka sikap, kehendak dan harapan dari masing-masing individuatau kelompok yang berinteraksi dapat saling mengetahui, sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima sesuai dengan harapan dan tujuan komunikator. Dengan demikian komunikasi berlangsung secara efektif, yaitu dengan terpenuhinya harapan dan tujuan komunikator berupa perubahan perilaku pada diri komunikan.

Jadi komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sehingga komunikan merubah perilakunya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

**2.3.1.2 Proses Komunikasi**

Pada hakekatnya proses komunikasi menurut Onong U. Effendy adalah proses penyampaian pikiran atau gagasan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran tersebut bisa merupakan gagasan,informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Pikiran bersama perasaan yang akan disampaikan kepada orang lain itu oleh Walter Lippman dinamakan *picture in our head*, yang menjadi permasalahan adalah bagaimana caranya agar “gambaran dalam benak” dan “isi kesadaran” pada komunikator itu dapat dimengerti,diterima dan bahkan dilakukan oleh komunikan.

Pikiran yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan disebut pesan. Agar komunikasiberjalan dengan lancer maka Wilbur Schramm dalam karyanya “*communication research in the united states”* menyatakan bahwa: “Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan(frame of refrence), yakni paduan pengalaman dan pengertian (collection experience and meanings) yang pernah diperoleh oleh komunikan”. (Effendy,1986:34). Menurut Schramm, bidang pengalaman komunikan, maka komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan,maka komunikasi akan berlangsung lancer.

Dalam proses komunikasi akan timbul umpan balik atau *feedback* atau efek*. Feedback* mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi, sebab komunikator menerangkan suatu pesan dan bila ditanggapi oleh komunikan membuktikan keefektifan dari proses komunikasi itu sendiri dan umpan balik itu juga menentukan berlanjut atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator. Karenya umpan balik bisa bersifat positif maupun negative. Umpan balik yang positif adalah tanggapan atau respon atau reaksi komunikan yang menyenangkan komunikator sehingga komunikasi berjalan lancer. Sebaliknya,umpan balik negative adalah tanggapan komunikan yang tidak menyenangkan komunikator sehingga komunikator enggan melanjutkan komunikasinya. *Feedback* bisa berupa verbal dalam bentuk kata “ya” untuk tanda setuju atau “tidak” untuk tanda menolak,bisa juga bersifat non verbal dalam bentuk gerakan anggota badan kita dan sebagainya.

**2.3.2 Komunikasi Organisasi**

Istilah organisasi berasal dari Bahasa latin organizare, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian -bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Diantara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistemn, ada juga yang menamakannya sarana.

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu system yang mapan dari mereka yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama,melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

Robert Bonnington dalam buku *Modern Bussines: A systems Approach*, mendefiniskan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengkordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas wewenang.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauanannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metodedan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, factor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

1. Fungsi informative. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistemn pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi didalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya.
2. Fungsi Regulatif. Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulative, yaitu:
3. Berkaitan dengan orang-orang yang berbeda dalam tataran manajemen,yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga meberi perintah atau interuksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya.
4. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulative pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.
5. Fungsi Persuasif. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannyan daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar disbanding kalua pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
6. Fungsi Integratif. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yangmemungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat meweujudkan hal tersebut, yaitu :
7. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (bulletin, newsletter)dan laporan kemajuan organisasi.
8. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja,pertandingan olahraga,ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksaan aktifitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Griffin (2003) dalam *A First Look at Communication Theory,* membahas komunikasi organisasi mengikuti management klasik, yang menempatkan suatu bayaran pada daya produksi, presisi, dan efisiensi. Adapun prinsip-prinsip dari teori management klasikal adalah sebagai berikut :

1. *Kesatuan komando-* suatu karyawan hanya menerima pesan dari satu atasan
2. *Rantai scalar-* garis otoritas dari atasan ke bawahan, yang bergerak dari atas ke bawahan, yang bergerak dari atas sampai ke bawah untuk organisasi; rantai ini, yang diakibatkan oleh prinsip kesatuan komando, harus digunakan sebagai suatu saluran untuk pengambilan keputusan dan komunikasi.
3. *Divisi pekerjaan-* management perlu arahan untuk mencapai suatu derajat tingkat spesialisasi yang dirancang untuk mencapai sasaran organisasi dengan suatu cara efisien.
4. *Tanggung jawab dan otoritas-* perhatian harus dibayarkan kepada hak untuk memberi order ketaatan seksama;suatu ketepatan dan keseimbangan antara tanggung jawab dan otoritas harus dicapai.
5. *Disiplin-* ketaatan,aplikasi,energy,perilaku, dan tanda rasa hormat yang keluar seturut kebiasaan dan aturan disetujui.
6. *Mengebawahkan kepentingan individu dari kepentingan umum-* melalui contoh peneguhan,persetujuan adil, dan pengawasan terus-menerus.

Selanjutnya, Griffin menyadari tiga pendekatan untuk membahas komunikasi organisasi. Ketiga pendekatan itu adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan system. Karl Weick (pelopor pendekatan system informasi) menganggap struktur hirarkhi, garis rantai komando komunikasi,prosedur operasi standar merupakan mungsuh dari inovasi. Ia melihat organisasi sebagai kehidupan organis yang harus terus menerus beradaptasi kepada suatu perubahan lingkungan dalam orde untuk mempertahankan hidup. Pengorganisasian merupakan proses memahami informasi yang samar-samar melalui pembuatan, pemilihan,dan penyimpanan informasi. Weick meyakini organisasi akan bertahan dan tumbuh subur hanya ketika anggota-anggotanya mengikutsertakan banyak kebebasan(*free-flowing*) dan komunikasi interaktif. Untuk itu, ketika dihadapkan pada situasi yang mengacaukan ,manajer harus bertumpu pada komunikasi dari pada aturan-aturan.

Teori Weick tentang pengorganisasian mempunyai arti penting dalam bidang komunikasi karena ia menggunakan komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi. Menurutnya, kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidakpastian dari informasi yang diterima dari *lingkungan* atau wilayah sekeliling. Ia menggunakan istilah *ketidakjelasan* untuk mengatakan ketidakpastian, atau keruwetan, kerancuan dan kurangnya *predictability*. Semua informasi dari lingkungan sedikit banyak sifatnya tidak jelas, dan aktivitas-aktivitas pengorganisasian dirancang untuk mengurangi ketidakpastian atau ketidakjelasan.

Weick memandang pengorganisasian sebagai proses evolusioner yang bersandar pada sebuah rangkaian tiga proses :

Penentuan (enachment) (selection) Penyimpanan (retention)

Penentuan adalah pendefinisian situasi, atau mengumpulkan informasi yang tidak jelas dari luar. Ini merupakan perhatian pada rangsangan dan pengakuan bahwa ada ketidakjelasan. *Seleksi* , proses ini memungkingkan kelompok untuk menerima aspek-aspek tertentu dan menolak aspek-aspek lainnya dari informasi. Ini mempersempit bidang dengan menghilangkan alternative-alternatif yang tidak ingin dihadapi oleh organisasi. Proses ini akan menghilangkan lebih banyak ketidakjelasan dari informasi awal. *Penyimpanan* yaitu proses menyimpan aspek-aspek tertentu yang akan digunakan pada masa mendatang. Informasi yang dipertahankan diintegrasikan ke dalam kumpulan informasi yang sudah ada yang menjadi dasar bagi beroperasinya organisasi.

Organisasi bergerak dari proses pengorganisasian ke proses lain dengan cara yang sudah tertentu; penentuan; seleksi; penyimpanan; dan pemilihan. Sub-sub kelompok individual dalam organisasi terus menerus melakukan kegiatan didalam proses-proses ini untuk menemukan aspek-aspek lainnya dari lingkungan. Meskipun segmen-segmen tertentu dari organisasi mungkin mengkhususkan pada satu atau lebih dari proses-proses organisasi, hampirsemua orang terlibat dalam setiap bagian setiap saat.

*Siklus perilaku* adalah kumpulan-kumpulan perilaku yang saling bersambungan yang memungkingkan kelompok untuk mencapai pemahaman tentang pengertian-pengertian apa yang harus dimasukan dan apa yang ditolak. Didalam siklus perilaku, tindakan-tindakan anggota dikendalikan oleh *aturan-aturan berkumpul* yang memandu pilihan-pilihan rutinitas yang digunakan untuk menyelesaikan proses yang tengah dilaksanakan (penentuan, seleksi, atau penyimpanan).

Pembahasan tentang konsep-konsep dasar dari teori Weick, yaitu lingkungan; ketidakjelasan;penentuan; seleksi; penyimpanan; masalah pemilihan;siklus perilaku; dan aturan-aturan berkumpul, yang semuanyamemberi kontribusi pada pengurangan ketidakjelasan.

1. Pendekatan budaya. Asumsi interaksi simbolik mengatakan bahwa manusia bertindak tentang sesuatu berdasarkan pada pemaknaan yang mereka miliki tentang sesuatu itu. Mendapat dorongan besar dari antropolog Clifford Geertz, ahli teori dan ethnografi, peneliti budaya yang melihat makna bersama yang unik adalah ditentukan organisasi. Organisasi dipandang sebagai budaya. Suatu organisasi merupakan sebuah cara hidup (*way of live*) bagi para anggotanya, membentuk sebuah realita bersamayang membedakannya dari budaya-budaya lainnya. Pacanowsky dan para reoris interpretative lainnya menganggap bahwa budaya bukan sesuatu yang dipunyai oleh sebuah organisasi, tetapi budaya adalah sesuatu suatu organisasi budaya organisasi dihasilkan melalui interaksi dari anggota-anggotanya. Tindakan-tindakan yang berorientasi tugas tidak hanya mencapai sasaran-sasaran jangka pendek tetapi juga menciptakan atau memperkuat cara-cara yang lain selain perilaku tugas “resmi” dari para karyawan, karena aktivitas-aktivitas sehari-hari yang paling membumi juga memberi kontribusi bagi budaya tersebut. Pendekatan ini mengkaji cara individu-individu menggunakan cerita-cerita, ritual, symbol-simbol, dan tipe-tipe aktivitas lainnya untuk memproduksi dan mereproduksi seperangkat pemahaman.
2. Pendeketan Kritik. Stan Deetz, salah seorang penganut pendekatan ini, menganggap bahwa kepentingan-kepentingan perusahaan sudah mendominasi hamper semua aspek lainnya dalam masyarakat dan kehidupan kita banyak ditentukan oleh keputusan -keputusan yang dibuat atas kepentingan pengaturan organisasi-organisasi perusahaan atau manajerialisme.

**2.3.3 FIAT**

FIAT yang merupakan singkatan dari Fabbrica Italiana Automobili Torino (bahasa Indonesia: Pabrik Mobil Italia dari Turin), adalah sebuah perusahaan otomotif, mesin, jasa keuangan yang berasal dari Italia, dengan kantor pusat di kota Turin. Fiat didirikan pada tahun 1899 oleh sekelompok investor termasuk Giovanni Agnelli. Fiat juga memproduksi kendaraan tempur serta pesawat terbang. Pada tahun 2009, Fiat (tidak termasuk dengan Chrysler) adalah perusahaan mobil terbesar ke-9 di dunia, serta perusahaan mobil terbesar di Italia.

Fiat memproduksi mobil-mobilnya di seluruh dunia, pabrik mereka yang terbesar di luar Italia berada di Brasil, di mana memang penjualan mereka disitu adalah yang tertinggi.Fiat juga mempunyai pabrik di Argentina dan Polandia. Selain itu, Fiat juga membuat perusahaan joint ventura di Italia, Perancis, Turki, India, Pakistan, China, Serbia, dan Rusia.

Selain membawahi divisi mobil Fiat, FIAT Group juga membawahi tim F1 Scuderia Ferrari, klub sepak bola Juventus FC, dan terakhir mereka juga mengakusisi pabrikan mobil Italia lainnya, Maserati.

Cucu Giovanni Agnelli, Gianni Agnelli, menjadi presiden direktur Fiat dari tahun 1966 sampai 1996; kemudian ia berperan sebagai pemimpin terhormat dari tahun 1996 sampai kematiannya tanggal 24 Januari 2003, ketika Cesare Romiti menjadi presiden direkturnya. Setelah jabatannya berakhir, Paolo Fresco menjadi direktur dan Paolo Cantarella sebagai CEO. Umberto Agnelli menjadi presiden direktur tahun 2002-2004. Setelah Umberto meninggal tanggal 28 Mei 2004, Luca Cordero di Montezemolo menggantikannya, dengan pewaris Agnelli John Elkann menjadi wakil presiden direktur di usianya yang masih 28 tahun. Sergio Marchionne diangkat menjadi CEO tanggal 1 Juni 2004.

Pada bulan September 2010, para pemegang saham Fiat membuat rencana untuk memisahkan beberapa bagian bisnis Fiat. Perusahaan peralatan pertanian dan konstruksi CNH Global NV, perusahaan truk Iveco, dan divisi peralatan laut dan industri dari Fiat Powertrain Technologies dipisahkan dari grup ini untuk membentuk grup baru pada tanggal 1 Januari 2011. Perusahaan induknya, Fiat Industrial S.p.A., didaftarkan di Bursa Saham Italia pada tanggal 3 Januari 2011 Fiat adalah salah satu pabrik mobil terkenal di Eropa yaitu tepatnya Itali. Fiat memproduksi mobil-mobil yang unik dengan bentuknya dan memiliki spesifikasi yang unggul dan sampai sekarang sukses dipasaran , bahkan menjadi legenda di dunia otomotif. Usai perang dunia kedua, Fiat kembali memasuki pasar mobil dengan membuat mobil Microbus jenis ini diberi nama Fiat 500, tipe inilah cikal bakal dari mobil Fiat yang berkembang dan sampai sekarang sudah terpasarkan kembali di Indonesia dengan harga lumayan tinggi, tetapi memiliki kapasitas yang kecil untuk membawa penumpang . dengan bentuk yang unik lucu, modern klasik yang mampu menarik konsumen mau membelinya.

Ide untuk pembuatan mobil pertama Fiat ini berasal dari importir Fiat berasal dari Itali. Fiat microbus mini membayangkan sebuah mobil berbentuk cenderung kotak yang mempunya ruang tidak terlalu besar. Untuk meweujudkannya Fabrica lyan langsung membuat sketsanya dari imajinasi tersebut, lyan membuat sketsa sasis Fiat 500 sebagai dasarnya.bentuknya memang unik, posisi mengemudi sebelah kiri dan ini merupakan desain mobil pertama yang memakai bentuk sangat unik.

Fiat ambulance merupakan keluaran kedua dari produksi pabrikan Fiat ini, kegunaannya pada jaman dahulu untuk mengangkut orang-orang sakit tapi jaman dahulu kendaraan Ambulan sangat terbatas sehingga pasaran mobil Fiat ambulan ini sangat membludak karena kebutuhannya pun sangat banyak dan multi fungsi.

Generasi selanjutnya Fiat mengeluarkan mobil yang elegan yaitu mobil sedan .yaitu Fiat 124 special, dan Fiat 125 Special . mobil ini sangat banyak digemari semenjak launching pada tahun 1969-1974,fasilitas yang cukup memuaskan, mobil keluarga yang sangat safety digunakan karena teruji pembuatan plat mobilnya yang ckup tebal disbanding dengan mobil merek lainnya. Konsumsi bahan bakarnya pun sangat hemat. Fiat tipe ini sampai sekrang masih banyak digunakan karena kenyamanannya. Dilanjutkan dengan versi- versi lainnya hingga sekarang.

Fiat selama diproduksi hampir empat decade tersebut, desain mobil-mobil pabrikan fiat ini hamper tidak berubah. Jumlah total keseluruhan produksinya mencapai lima juta unit.

Mobil ini mempunyai keunggulan yaitu ruang penumpang yang sangat lapang. Dengan kapasitas angkut untuk 6-7 orang penumpang . adapun dengan kapasitas 4-5 orang yang bertipe sedan. Dengan mesin yang sangat diunggulkan pada jamannya serta di pengeraman sudah cakram depan belakang bahkan mobil keluaran terbaru sekarang pun masih cakram hanya depannya saja. Selain itu harga jual yang cukup murah, mobil ini menjadi pilihan utama dibandingkan dengan mobil sejenis yang lainnya.

Selain kategori diatas, ada banyak pengecualian dalam cara penamaan ini. Fiat dengan banyak nama alternative, antara lain :

*Fiat 500, Fiat 124 ,Fiat 124 Special , Fiat 125 Special , fiat 131 , fiat131 stasion wagon, Fiat Uno I,Fiat Uno II,Fiat Uno Turbo, Fiat Jeep, Fiat Ambulance , Fiat 124 stastion wagon, Fiat 127 , fiat 124 sport , fiat 1100 dan lain-lain.*

**2.3.4 Tinjauan tentang Makna**

Brown dalam Sobur (2003: 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk Bahasa. Para ahli mengakui istilah makna (meaning) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat.

Setiap kata memiliki makna masing-masing dimana setiap individu melakukan proses dalam memberikan makna terhadap suatu kata tersebut. Memberikan makna merupakan upaya lebih menuntut kemampuan integrative manusia: inderawinya, daya pikirnya dan akal budinya.

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

Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan.

1. Makna berubah. Kata-kata relative statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi dalam dimensi emosional dari makna.
2. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
3. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.
4. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata, suatu Bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.
5. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (*event*) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

Dalam tinjauan mengenai makna, Katsoff, dalam bukunya yang berjudul “ *Element of Philoshopy*” dan diterjemahkan oleh Soejono Soemargono, mengemukakan bahwa terdapat tiga corak makna yang pokok yaitu corak pragmatis, semantic, dan sintaksis. Makna semantic adalah makna yang dikaji melalui hubungan-hubungan antara tanda dengan objek yang diacu, makna pragmatis adalah makna yang diberikan oleh seseorang terkait dengan apa yang dirasakan atau dialami terhadap suatu hal, mengkaji hubungan antara Bahasa dengan konteks suatu hal. Sedangkan makna sitaksis makna yang terkandung dalam kata,kalimat atau wacana.

**2.3.5 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena yang terjadi dalam sebuah komunitas penggemar mobil antik yaitu *Fiat* . Sebuah mobil mungkin bagi kebanyakan orang hanya dianggap sebagai sarana transportasi untuk mengantar dan menjemput seseorang ke tujuannya, bahkan tidak jarang orang-orang yang membiarkan kondisi kendaraanya tidak terawat selama kendaraan tersebut masih bisa digunakan.

 Namun tidak demikian halnya makna kendaraan bermerk Fiat dengan jenis sedan bagi anggota yang tergabung dalam komunitas pecinta Fiat di Kota Bandung, yang lebih dikenal dengan Bandung Fiat Club (BFC). Bagi semua anggota BFC, memiliki kendaraan Fiat bukan hanya dianggap sebagai kendaraan untuk sehari-hari dan mengantar pergi kemana saja yang diinginkan, tapi mobil Fiat tersebut bahkan dianggap sebagai “belahan Jiwa” dari setiap anggota yang tergabung di BFC.

 Anggota BFC dengan kendaraan Fiat menganggap kendaraanya sebagai “belahan Jiwa” karena mereka telah rela mengorbankan banyak hal demi menjadikan mobil yang dimilikinya sesuai dengan yang mereka harapkan bahkan bisa dibilang sempurna. Beberapa anggota bahkan pada awalnya pernal menjual barang berharga miliknya seperti motor, bahkan rela mengenyampingkan keinginan menikahnya agar dapat menabung demi mendapatkan uang untuk mendandani dan mempercantik kendaraan Fiat nya tersebut. Pengorban-pengorbanan seperti itu dapat dikatakan hal yang lumrah bagi anggota BFC, karena makna mobil Fiat baginya bukanlah sekedar benda mati semata. Hal inilah yang kemudian menjadi fenomena tersendiri yang menarik untuk dikaji lebih lanjut oleh peneliti.

 Penelitian ini menggunakan tradisi penelitian fenomonologi dengan pendekatan subjektivis (fenomenologi atau interpretif). Kaum subjektivis menjelaskan makna perilaku dengan menafsirkan apa yang orang lakukan. Interpretasi atas perlikau ini tidak bersifat klausal, dan tidak bisa juga dijelaskan lewat penemuan hokum atas generalisasi empiris seperti yang dilakukan ilmuwan objektif. (Mulyana,2008 :32)

 Realitas fenomenologi merupakan proses manusia yang menilai dan menafsirkan fenomena dalam kesadaran sebelum memahami struktur makna yang dinyatakannya. Fenomenologi memandang manusia sebagai bertujuan, mengarahkan energy psikis dan pengalamannya untuk membentuk dunia yang bermakna dan bertujuan.

**1.6 Kerangka Pemikiran**

 **Konstruksi Makna Mobil Antik bagi anggota**

**Bandung FIAT Club (BFC)**

  **Fenomenologi ( Alfred Schutz)**

**Pemaknaan Motif Tindakan**

**Konstrusivisme**

 **Makna Mobil Antik bagi anggota Bandung Fiat Club**