**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1. Kajian Pustaka**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari kata latin*Communication* dan juga berasal dari kata lain yaitu *Communicatio* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaannya. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna.Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.Hubungan antara mereka bersifat komunikatif.Sebaliknya, jika orang-orang tersebut tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung.Maka hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat efektif menurut **Effendy** bahwa peminat komunikasi sering kali mengutip paradigm yang dikemukakan **Laswell** dalam karyanya, ***The Structure and Function of Communication in Society*.**Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :*who says*, *what in which channel*, *to whom*, *whit what effect*? (1994:10).

Hakikat komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendy** adalah :

**Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. (Effendy, 2003:28)**

**Belerson** dan **Stainer** dalam karyanya “**Human Behaviour**” seperti yang dikutip oleh **Effendy** dalam bukunya **Komunikasi Teori dan Praktek** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

**Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi. (1992:48)**

Berbagai literatur, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi berlangsung antara manusia, dan dapat dipahami bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah dengan adanya komunikator (penyampai pesan), pesan (informasi yang disampaikan), dan komunikan (penerima pesan), juga timbal balik (*feedback*). Sedangkan pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari penyampaian pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi timbale balik (*feedback*).

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif.**Berelson** dan **Stainer** yang dikutip **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan :

**Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan dan proses transmisi itulah yang disebut komunikasi. (2001:62)**

Jadi, dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi itu tidak hanya ucapan saja (verbal) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, melainkan juga bisa berupa transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan juga bisa menggunakan simbol-simbol yang ada dalam kehidupan sehari-hari (non-verbal). Komunikasi adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang bisa berupa tanya jawab, interaksi dengan maksud dan tujuan tertentu yang diharapkan menimbulkan timbal balik (*feedback*).

Hal terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas pemaknaan informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya itu.Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada. Oleh karena itu, maka proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya, karena dilakukan oleh subjek-objek yang beragam dan konteks sosial yang majemuk pula.

**2.1.2. Unsur Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami, menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi** bahwa dari berbagai pegertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang di cakup, yang merupaka persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur tersebut adalah sebagai berikut :

**a. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan**

**b. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang**

**c. Komunikan : Orang yang menerima pesan**

**d. Media : Sarana atau saluran yang mendukung**

**e. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.**

**(2002:6)**

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli Ilmu Komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

**Harold D Laswell** menyatakan mengenai proses komunikasi di dalam kata-kata yang bersayap “*Who, says what, to whom, in what channel, what effect*”;

|  |  |
| --- | --- |
| ***Who*** | **: Merupakan sumber dari mana gagasan untuk berkomunikasi itu dimulai.Dan selanjutnya *who* disini dapat pula bermakna sebagai komunikator.** |
| ***Says what*** | **: Merupakan pesan-pesan yang disampaikannya, yang dapat berupa buah pikiran, keterangan atau pernyataan sebuah sikap.** |
| ***In what channel*** | **: Adalah saluran yang menjadi media dari penyampaian pesan tersebut sehingga dapat diterima oleh komunikan.** |
| ***To whom*** | **: *Whom* disini jelas adalah komunikan,yaitu sasaran yang dituju oleh seorang komunikator.** |
| ***What effect*** | **: Ialah hasil dari komunikasi yang dilancarkan tersebut, diterima atau ditolak. Adakah perubahan sikap-sikap dari komunikan, berpartisipasikah dia atau sebaliknya malah menentang.** |

**Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

1. **Komunikasi Verbal : Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu system kode verbal.**
2. **Komunikasi Non-verbal : Secara sederhana pesan non-verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (2000:237)**

Perilaku non-verbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi non-verbal biasanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi non-lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi non-verbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi non-verbal.

**2.1.3. Fungsi Komunikasi**

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, fungsi komunikasi menurut **Dedi Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** dibagi menjadi empat fungsi yaitu, komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Keempat fungsi komunikasi tersebut bisa kita lihat dibawah ini :

1. **Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.**
2. **Fungsi komunikasi ekspresif yaitu dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita.**
3. **Fungsi komunikasi ritual yaitu biasanya dilakuka secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *Riles of Passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, sampai pernikahan.**
4. **Fungsi komunikasi instrumental memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasive yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5)**

Berdasarkan kutipan diatas dapat diambil kesimpula baha komunikasi merupakan suatu hal yang telah mendarah daging di kehidupan manusia, setiap langkah atau gerak manusia merupakan sebuah proses komunikasi. Komunikasi juga merupakan kebutuhan manusia untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya, komunikasi sangat penting dilakukan untuk membangun konsep diri dan cara bersosialisasi dengan masyarakat luas.

**2.1.4. Proses Komunikasi**

Dalam sebuah komunikasi itu harus ada prosesnya terlebih dahulu. Berangkat dari paradigm **Laswell** yang dikutip **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu :

1. **Proses komunikasi secara primer, yaitu proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non-verbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan mengetahui perasaan komunikator kepada komunikan.**
2. **Proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Karena komunikan sebagai sarana berada ditempat yang paling relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, fax, surat kabar, teleksmajalah, radio, televisi, film, dan sebagainya merupakan media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat di disklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb). Dan media nir-massa (telepon,surat, megapon, dsb). (1994:11-19).**

Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan lambang (*symbol*) baik verbal maupun non-verbal, dan komunikasi dapat berlangsung meskipun komunikator berada ditempat yang jauh namun bisa di konsumsi oleh khalayak, karena menggunakan media massa dan media nirmassa.

**2.1.5. Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi menurut **Effendy** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah :**“Komunikasi antara dua orang atau lebih dapat berlangsung dengan dua cara yaitu bertatap muka (*face to face*) dan bermedia (*mediated communication*). (1999:160).”**

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

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

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

Secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Serta tujuan adalah sama supaya semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

**2.1.6. Perilaku**

Perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika.Perilaku seseorang dikelompokkan kedalam perilaku menyimpang. Dalam sosiologi, perilaku dianggap sebagai sesuatu yang tidak ditujukan kepada orang lain dan oleh karenanya merupakan suatu tindakan sosial manusia yang sangat mendasar.

Perilaku tidak boleh disalah artikan sebagai perilaku sosial, yang merupakan suatu tindakan dengan tingkat lebih tinggi, karena perilaku sosial adalah perilaku yang secara khusus ditujukan kepada orang lain. Penerimaan terhadap perilaku seseorang diukur relatif terhadap norma sosial dan diatur oleh berbagai kontrol sosial. Dalam kedokteran perilaku seseorang dan keluargana dipelajari untuk mengidentifikasi faktor penyebab, pencetus atau yang memperberat timbulnya masalah kesehatan.Intervensi terhadap perilaku seringkali dilakukan dalam rangka penatalaksanaaan yang holistic dan komprehensif.Perilaku manusia dipelajari dalam ilmu psikologi, sosiologi, ekonomi, antropologi, dan kedokteran.

Perilaku manusia adalah aktifitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan salin sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun nonfisik.Perilaku juga diartikan reaksi psikis seseoran dlam terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi 2, yakni bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit).

Dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Menurut **Ensiklopedia Amerika**,perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa semua perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu juga.

**Robert Y.Kwick (1972)** menyatakan bahwa perilaku adalah tindakan atau perbuatan suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dipelajari.Sedangkan menurut **Louise Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood** perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan.Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah mendukung atau memihak (*favourable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavourable*) pada objek tersebut.

Dalam pandangan Humanisme, seperti yang disampaikan oleh **Carl Rogers** dalam buku **Psikologi Komunkasi** karangan **Jalaluddin Rakhmat**, **Manusia berperilaku untuk mempertahankan, mengingatkan, dan mengaktualisasi diri (2004:32).** Perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam individu (faktor personal) dan dari luar individu (faktor situasional).

Terdapat beberapa definisi perilaku menurut para ahli, yaitu :

1. **Petty Cocopio mendefinisikan bahwa perilaku adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, objek atau isu.**
2. **Soekidjo Notoatmojo, perilaku adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek.**
3. **Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tadi.**

**2.1.7. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Seseorang**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang diantaranya adalah faktor internal dan eksternal, peneliti akan memaparkan apa saja yang termasuk kedalam faktor internal dan eksternal.

**2.1.7.1. Faktor Internal**

Tingkah laku adalah corak kegiatan yang sangat dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam dirinya. Faktor-faktor intern yang dimaksud antara lain jenis ras/keturunan, jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian, bakat, dan intelegensia.

Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut :

1. **Jenis Ras/Keturunan**

**Setiap ras yang ada di dunia memperlihatkan tingkah laku yang khas. Tingkah laku khas ini berbeda pada setiap ras, karena memiliki ciri-ciri tersendiri. Cirri perilaku ras Negro antara lain bertempramen keras, tahan menderita, menonjol dalam kegiatan olahraga. Ras Mongoloid mempunyai cirri khas ramah, senang bergotong royong, agak tertutup/pemalu dan sering mengadakan upacara ritual. Demikian pula beberapa ras lain memiliki ciri perilaku yang berbeda pula.**

**2) Jenis Kelamin**

**Perbedaan perilaku berdasarkan jenis kelamin antara lain cara berpakaian, melakukan pekerjaan sehari-hari, dan pembagian tugas pekerjaan. Perbedaan ini bisa dimungkinkan karena faktor hormonal, struktur fisik maupun norma pembagian tugas. Wanita seringkali berperilaku berdasarkan perasaan, sedangkan pria cenderung berperilaku atau bertindak atas pertimbangan rasional.**

**3) Sifat Fisik**

**Kretschmer Sheldon membuat tipologi perilaku seseorang berdasarkan tipe fisiknya.Misalnya, orang yang pendek, bulat, gendut, wajah berlemak adalah tipe piknis.Orang dengan ciri demikian dikatakan senang bergaul, humoris, ramah, dan banyak teman.**

**4) Kepribadian**

**Kepribadian adalah segala corak kebiasaan manusia yang terhimpun dalam dirinya yang digunakan untuk bereaksi serta menyesuaikan diri terhadap segala rangsangan baik yang datang dari dalam dirinya maupun dari lingkungannya, sehingga corak dan kebiasaan itu merupakan suatu kesatuan fungsional yang khas untuk manusia itu. Dari pengertian tersebut, kepribadian seseorang jelas sangat berpengaruh terhadap perilaku sehari-harinya.**

**5) Intelegensia**

**Intelegensia adalah keseluruhan kemampuan individu untuk berpikir dan bertindak secara terarah dan efektif. Bertitik tolak dari pengertian tersebut, tingkah laku individu sangat dipengaruhi oleh intelegensia. Tingkah laku yang dipengaruhi oleh intelegensia adalah tingkah laku intelegen yang dimana seseorang dapat bertindak secara cepat, tepat, dan mudah terutama dalam mengambil keputusan.**

**6) Bakat**

**Bakat adalah suatu kondisi pada seseorang yang memungkinkannya dengan suatu latihan khusus mencapai suatu kecakapan, pengetahuan, dan keterampilan khusus, misalnya berupa kemampuan memainkan musik, melukis, olahraga, dan sebagainya.**

**2.1.7.2. Faktor Eksternal**

**1) Pendidikan**

**Inti dari kegiatan pendidikan adalah proses belajar mengajar. Hasil dari proses belajar mengajar adalah seperangkat perubahan perilaku. Dengan demikian pendidikan sangat besar pengaruhnya terhadap perilaku seseorang. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan berbeda perilakunya dengan orang yang berpendidikan rendah.**

**2) Agama**

**Agama akan menjadikan individu bertingkah laku sesuai dengan norma dan nilai yang dianjurkan oleh Agama yang di yakininya.**

**3) Kebudayaan**

**Kebudayaan diartikan sebagai kesenian, adat istiadat atau perbedaan manusia. Tingkah laku seseorang dalam kebudayaan lainnya, misalnya tingkah laku orang Jawa dengan tingkah laku orang Papua.**

**4) Lingkungan**

**Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial.Lingkungan berpengaruh untuk mengubah sifat dan perilaku individu karena lingkungan itu dapat merupakan lawan atau tantangan bagi individu untuk mengatasinya.Individu terus berusaha menaklukkan lingkungannya sehinga jinak dan dapat dikuasainya.**

**5) Sosial Ekonomi**

**Status sosial ekonomi seseorang akan menentukan tersedianya sesuatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu. Sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi perilaku seseorang.**

Faktor-faktor personal yang dapat mempengaruhi perilaku manusia meliputi faktor biologis dan sosiopsikologis. Faktor-faktor biologis, antara lain yang paling penting adalah kebutuhan akan makanan-minuman dan istirahat, kebutuhan seksual dan kebutuhan menjaga kelangsungan hidup dengan menghindari atau mencegah sakit dan bahaya.

Terkait faktor-faktor sosiopsikolois, terdapat beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku manusia dalam proses sosialnya sebagai makhluk sosial. Karakteristik tersebut meliputi komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif.Komponen ini terdiri dari motif sosiogenis, sikap, dan emosi.**Coleman**  dalam buku **Psikologi Komunikasi** karangan **Jalaluddin Rakhmat**, menjelaskan motif-motif sosiogenis sebuah berikut :

1. **Motif ingin tahu, yaitu mengerti, menata dan menduga.**
2. **Motif kompetensi, motif ini erat kaitannya dengan kebutuhan akan rasa aman.**
3. **Motif cinta, mampu mencintai dan dicintai merupakan hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Manusia sangat membutuhkan kehangatan persahabatan, ketulusan kasih saying, dan penerimaan orang lain.**
4. **Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.**
5. **Kebutuhan akan nilai kedambaan dan makna kehidupan. Manusia membutuhkan nilai-nilai untuk mengarahkannya dalam mengambil keputusan atau memberikan.**
6. **Kebutuhan akan pemenuhan diri. Hal ini dilakukan melalui : (1) Mengembangkan dan menggunakan potensi-potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif; (2) Memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan; (3) Membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang-orang lain disekitar kita; serta (4) Berusaha “memanusia” (1985:38-39).**

**2.1.8. Fenomenologi**

Berdasarkan etimologi, istilah fenomenologi berasal dari dua kata bahasa Yunani, yaitu *phenomenon* dan *logos*.Merupakan sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena.Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.Seperti yang dikemukakan oleh **Little John** bahwa fenomenonogi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut.Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran.Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubjektif.Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentan suatu konsep atau gejala.**Natanson** menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk menahami tindakan sosial.

Ada tiga prinsip dasar fenomenologi yang disampaikan oleh **Stanley Deetz**, yaitu :

1. **Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri.**
2. **Makna benda terdiri dari kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita.**
3. **Bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.**

Teori fenomenologi menurut **Alfred Schutz** mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (*act*) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita dapat melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Menurut **Schutz**cara mengindentifikasian makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses dari tipikasi, yaitu proses pemaknaan dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya.Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Peneliti menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method*) yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian spesifik atau perilaku khusus. Menurut **Stephen W Little John** yang dikutip oleh **Engkus Koswara** dalam **Metode Penelitian Komunikasi** bahwa “*phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality*”. **(Little John, 1996:204)**

Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology*) dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu.Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*concius experience*).

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang actual sebagai data tentang realitas yang dipelajari.Kata gejala (*phenomenom*) yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek.Kejadian atau kondisi-kondisi menurut presepsi.Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pencinta *sepakbola* terhadap tujuan mereka dalam mendukung*Chelsea*. Teori ini berusaha masuk dalam keseharian dengan sedemikian rupa, sehingga pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang dikembangkan oleh teori fenomenologi yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Asumsi dari fenomenologi menurut **Little John** adalah interpretasi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang, seperti berikut ini:

**Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif mengintrepetasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. (Little John, 2009:57)**

Jadi seperti yang dikatakan oleh **Alfred Schutz** dalam **Suwarno**, bahwa inti dari pemikirannya adalah :

**Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman kegiatan aktual kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku. (Kuswarno 2009:18).**

Adapun studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subjek mengenai pengalaman beserta maknanya.Sedangkan pengertian fenomena dalam studi fenomenologi adalah pengalaman atau peristiwa yang masuk ke dalam kesadaran subjek.

Permasalahan yang peneliti angkat, melihat banyaknya orang yang tertarik untuk mendukung *Chelsea* merupakan fanatisme bagi pendukungnya. Penelitian ini dilaksanakan dengan studi fenomenologi, sesuai yang dikemukakan oleh **Wilson** dalam buku **Kuswarno** yang berjudul **Fenomenologi** sebagai berikut:

**Praktik fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian apa yang dihasilkan pekerjaan penelitian fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya, menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman reflektif keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan audiens dan materi program. (2009:21)**

**2.2 Jurnalistik**

**2.2.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “journ”.Dalam bahsa Perancis “journ” berarti catatanatau laporan harian.Secara sederhana, jurnalistik diasrtikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa Inggris “journalistic” diartikan kewartawanan (warta=berita, kabar). Dalam hal ini, berarti bahwa pengertian jurnalistik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepadakhalayak banyak.

Istilah jurnalistik juga berasal dari bahasa Yunani Kuno, *“de jour”* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini diberitakan dalam lembaran tercetak, pada asal mula munculnya media massa yang disebut *Acta diurna* pada jaman romawi kuno di bawah pemerintah Raja Julius Caesar.

Jurnalistik sangat berkaitan erat dengan pers, bisa dikatakan Jurnalistik dan pers seperti aspek jiwa dan raga, jurnalisitk merupakan aspek jiwa karena merupakan daya yang menhidupi tubuh pers, sedangkan pers adalah raganya, ia konkrit dan nyata serta merupakan perwujudan dari jurnalistik itu sendiri, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan sebagaiannya.

**Sumadiria** yang mengutip dari **Adinegoro** dalam bukunya berjudul **Jurnalsitik Indonesia** menegaskan bahwa :

“Jurnalisitk adalah semacam kepandaian mengarang yang pokonya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya (2005 : 3)”

Hal ini menunjukan bahwa segala bentuk pemberitaan yang layak untuk di ketahui oleh masyarakat banyak, harus segera disebarluaskan, karena masyarakat ingin memperoleh berita yang aktual atau masih hangat untuk diketahui.Maka sebagai jurnalis dalam menyampaikan informasi dituntut untuk sigap dan cekatan dalam menyajikan berita.

**2.2.2 Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar:

1. Jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism)

2. Jurnalistik media elektronik auditif (radio broadcast journalism)

3. Jurnalistik audio visual (television journalism)

**2.2.3** **Produk Jurnalistik**

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkalanya seperti radio, televisi, dan media on-line internet.

Produk itu dibagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu:

**1. Berita (News)**, meliputi:

a. Berita langsung (straight news)

b. Berita menyeluruh (comprehensive news

c. Berita mendalam (depth news)

d. Laporan mendalam (depth reporting)

e. Berita penyelidikan (investigative news)

f. Berita khas (feature news)

g. Berita gambar (photo news)

**2.Opini (Views)**

Meliputi: tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca.

**3. Iklan (Advertising)**

Dari ketiganya, hanya news dan views yang termasuk produk jurnalistik, sementara iklan bukan produk jurnalistik meskipun teknik yang digunakan merujuk pada teknik jurnalistik.

**2.2.4 Jenis-Jenis Jurnalistik**

**A. Jurnalisme Warga Negara**

Salah satu fenomena aktual yang berkaitan dengan aktivtas blog yang sering disebut dengan citizen journalism (Jurnalisme warga negara).Dari pihak yang kontra memandang citizen journalisme belum bisa masuk ke dalam journalisme, karena jurnalisme mensyaratkan banyak hal seperti yang terjadi pada dunia kewartawanan selama ini.Jika mengikuti pengertian jurnalisme dalam arti klasik, citizen journalism tentu saja bukan jurnalisme, tapi hanya sebuah aktivitas layaknya sebuah menulis buku harian, hanya medianya saja yang menggunakan internet.

1. Citizen atau Civic Journalism

Citizen journalisme (jurnalisme warga negara) sering juga disebut dengan participatory journalism, netizen, dan open source journalism. Dan di dalam civic journalisme masyarakat didudukan sebagai objek, sementara dalam citizen journalism masyarakat didudukan sebagai objek sekaligus subjek.

**B. Jurnalisme Presisi**

Jurnalisme Presisi adalah aplikasi ilmu sosial dalam bidang jurnalistik. Dengan kata lain, jurnalisme presisi adalah kegiatan jurnalistik yang menekankan ketetapan(presisi) informasi dengan memakai pendekaktan ilmu sosial dalam proses kerjanya. Hal yang penting dalam jurnalisme presisi adalah berkaitan dengan data, yaitu :

1. Koleksi data, data tentu saja harus dicara bukan ditunggu.
2. Simpan, jurnalis bisa membuka data-data lama di dalam file.
3. Mendapatkan kembali data-data
4. Analisis
5. Redukasi data, mengurangi data yang di anggapnya tidak relevan
6. Mengomunikasikan, yaitu data-data yang sudah diolah tersebut kemudian ditulis dan dibuat berita di media.

**C. Jurnalisme Kuning**

Jurnalisme kuning adalah jurnalisme pemburukan makna, ini disebabkan karena orientasi pembuatannya lebih menekankan pada berita-berita sensaional daripada berita substansi isinya. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan ia sering dituduh sebagai jurnalisme yang tidak profesional dan tidak beretika. Ciri berita dari jurnalisme kuning yaitu pemberitaannya bombastis, sensasional, dan pembuatan judul utamnya yang menarik perhatian para publik.Untuk mencari perhatian pembaca, judul yang dibuat ditulis secara besar-besaran dengan warna yang mencolok disertai dengan gambar yang sadis atau menyeramkan.

**D. Jurnalisme *“Lher”***

Jurnalisme *lher* sering disebut juga dengan jurnalisme sensaional, karena gambar dan berita atau grafisnya yang ditampilkan untuk mencari sensasi semata. Karena untuk mencari sensasi apapun akan dilakukan untuk mewujudkannya, ada juga yang menyebutnya dengan jurnalisme pornografi karena menampilkan gambar secara *fullgar* atau tulisan yang membangkitkan nafsu birahi. Jurnalisme *lher* sangat ditentang oleh banyak orang karena keberadaannya yang terlalu berlebihan.

**2.3 Fanatisme**

**2.3.1 Pengertian Fanatisme**

Kata Fanatisme berasal dari dua kata yaitu fanatic dan isme. “fanatic” sebenarnya berasal dari bahasa Latin ‘fanaticus”, yang artinya adalah gila-gilaan, kalut, mabuk atau hingar bingar. Dari asal kata ini, tampaknya kata fanatik dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang melakukan atau mencintai sesuatu secara serius dan sungguh-sungguh. Sedangkan “isme” dapat diartikan sebagai suatu bentuk keyakinan atau kepercayaan. Jadi, dari dua definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fanatisme adalah keyakinan atau kepercayaan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran baik itu politik, agama dan sebagainya dalam hal ini terhadap klub sepakbola.

Fanatisme adalah sebuah keadaan dimana seseorang atau kelompok yang menganut sebuah paham, baik politik, agama, kebudayaan atau apapun saja dengan cara berlebihan sehingga berakibat kurang baik, bahkan cenderung menimbulkan perseteruan dan konflik serius.

Fanatisme adalah keyakinan atau kepercayaan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran baik itu politik, agama dan sebagainyam dalam penelitian ini dikaitkan dengan fanatisme terhadap sepakbola.

**2.3.2 Aspek-Aspek Fanatisme**

Adapun aspek-aspek fanatisme menurut **Goddard** (2001) diantaranya adalah:

1. **Besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan, fanatisme terhadap satu jenis aktivitas tertentu merupakan hal yang wajar. Dengan fanatisme, seseorang akan mudah memotivatis dirinya sendiri untuk lebih meningkatkan usahanya dalam mendukung klub favoritnya.**
2. **sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut, hal ini merupakan suatu esensi yang sangat penting mengingat ini adalah merupakan jiwa dari memulai sesuatu yang akan dilakukan tersebut.**
3. **lamanya individu menekuni satu jenis keadaan tertentu, dalam melakukan sesuatu haruslah ada perasaan senang dan bangga terhadap apa yang dikerjakannya, sesuatu itu lebih bermakna bila yang berbuat mempunyai kadar kecintaan terhadap apa yang dilakukannya.**
4. **motivasi yang datang dari keluarga juga mempengaruhi seseorang terhadap bidang kegiatannya. Selain hal-hal diatas, dukungan dari keluarga juga sangat mempengaruhi munculnya fanatisme.**

Maka jika dilihat dari berbagai aspek-aspek fanatisme motivasi menjadi supporter adalah sesuatu yang mendorong individu untuk bisa menjadi bagian dalam komunitas kelompok yang memberikan dukungannya baik fisik maupun mental kepada suatu klub sepakbola dengan tujuan yang sudah ditentukanm dimana dorongan tersebut merupakan perpaduan dari stimulus-stimulus yang hadir baik stimulus internal maupun stimulus eksternal.

**2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fanatisme**

**Haryatmoko** dalam buku **Etika Politik dan Kekukasaan** ada empat faktor yang dapat menumbuhkan fanatisme yaitu:

1. **Memperlakukan kelompok tertentu sebagai ideologi, hal ini terjadi jika ada kelompok yang mempunyai pemahaman eksklusif dalam pemaknaan hubungan-hubungan social tersebut.**
2. **sikap standar ganda, dalam arti antara kelompok organisasi yang satu dengan kelompok organisasi yang lain selalu memakai standar yang berbeda untuk kelompoknya masing-masing.**
3. **Komunitas dijadikan legitimasi etis hubungan sosial, tetapi sikap tersebut bukan sakralisasi hubungan sosial, tetapi pengklaiman tatanan sosial tertentu yang mendapat dukungan dari kelompok tertentu.**
4. **Klaim kepemilikan organisasi oleh kelompok tertentu pada sikap tersebut, seseorang seringkali mengidentikkan kelompok sosialnya dengan organisasi tertentu yang berperan aktif dan hidup di masyarakat. (2003:44)**

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi fanatisme adalah memperlakukan kelompok tertentu sebagai ideologi, serta saling pengertian dan mengklaim bahwa kepemilikan organisasi oleh kelompok tertentu, maksudnya organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berperan aktif dan hidup di masyarakat.

**2.4 Definisi Suporter**

Dalam Kamus Bahasa Inggris-Indonesia kata suporter berasal dari kata kerja *(verb),* yang dalam bahasa inggris yaitu to support yang berarti mendukung. Sedangkan akhiran –er (suffict) menunjukan pelaku. Suporter dapat diartikan sebagai orang yang memberikan dukungan.

**Graham** dalam Buku ***Psychology of Sport*** menjelaskan arti dari suporter sebagai berikut:

**Suporter sebagai individu maupun kelompok yang hadir pada suatu pertandingan olahraga dengan tukuan menunjukkan dukungannya kepada salah satu tim yang bertanding dan merasa memiliki keterikatan dengan klub tersebut. Suporter ini biasanya memiliki rasa kecintaan yang lebih dibandingkan penonton biasa yang hadir dilapangan. (1976:93)**

**Graham**, suporter adalah pendukung setia dari sebuah klub atau tim yang bertanding atau mengadakan kegiatan olahraga. Suporter tersebut berbeda dengan penonton musiman atau yang terkadang saja datang untuk menyaksikan pertandingan. Suporter disini bak tim kesayangannya itu mendarah daging, hingga apapun yang ia lakukan ketika menonton pertandingan adalah karena cinta dan fanatic terhadap tim tersebut. Suporter yang seperti ini biasanya sangat tidak rela bila ada yang menjelek-jelekan tim kesayangannya.

Suporter merupakan bagian daripada massa dalam sebuah pertandingan olahraga. Kehadiran massa yang hadir dan menyaksikan suatu pertandingan memiliki berbagai macam motif yang beragam. Menurut **Max Wesel** dalam buku **Psikologi Olahraga** karangan **Ndong Kamtono**, massa yang menyaksikan digolongkan menjadi beberapa kelompok:

1. **Massa Insiders, yaitu massa penonton yang memiliki jumlah yang tidak banyak, terdiri dari atlet, wasit, dan pelatih. Mereka adalah massa yang mengetahui tentang peraturan baik yang tertulis maupun tidak.**
2. **Massa Penonton, yaitu hanya menggemari kegiatan olahraga pada umumnya. Massa penonton seperti ini cenderung menyukai pertandingan yang bermutu dan sangat menjunjung tinggi sportifitas. Sebaliknya mereka tidak segan-segan mengkritik pelaksanaan pertandingan yang tidak sesuai dengan jiwa olahraganya dirinya sendiri.**
3. **Massa Supporter, yaitu massa yang hadir dalam suatu pertandingan untuk menyaksikan dan mendukung tim yang dibelanya. Massa suporter adalah kelompok yang fanatik dan tidak jarang melakukan tindakan tercela seperti mengintimidasi, meneror bahkan menyakiti pemain atau suporter lawan yang dapat menghalangi tim kesayangannya meraih kemenangan.**
4. **Massa Penjudi, yaitu massa yang hadir dalam sebuah pertandingan untuk berjudi dengan menggunakan uang atau apapun yang dapat dipertaruhkan. Massa penjudi biasanya akan berbuat kecurangan seperti menyuap wasit atau panitia penyelenggara pertandingan untuk meraup keuntungan dan memenangkan pertaruhan.**
5. **Massa Sensasi, yaitu massa yang hadir dalam sebuah pertandingan yang menghebohkan dimana adanya kepuasan apabila dalam suatu pertandingan terjadi tindakan anarkis antar pemain atau antar suporter.**
6. **Massa Absensi, yaitu massa yang tidak ingin kehilangan sebuah pertandingan karena itu merupakan kebanggaan tersendiri.**
7. **Massa Undangan, yaitu massa penonton yang hadir dalam suatu pertandingan karena fungsinya dalam masyarakat seperti walikota, bupati atau pejabat lainnya yang mendapat undangan untuk melihat pertandingan (1977:21:26).**

Suporter termasuk massa, namun tidak semua massa yang ada didalam sebuah pertandingan dapat dikatakan suporter. Mereka mempunyai beberapa tujuan tersendiri. Jenis massa sangat beragam, namun yang menjadi sorotan hanyalah massa yang berbasis suporter. Suporter merupakan penyemangat dari sebuah tim dalam sebuah pertandingan. Suporter adalah pendukung fanatic dari sebuah tim, karenanya jika sebuah tim ada, maka suporter pun akan mengikuti keberadaannya.

**2.5. Komunikasi Massa**

**2.5.1. Pengertian Komunikasi Massa**

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari massa-massa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia.

Pengertian proses komunikasi massa pada hakikatnya merupakan proses pengoperan lambang-lambang yang berarti, yang dilakukan melalui saluran, yang biasanya dikenal dengan media. Dalam hal ini yang dimaksud dengan media adalah alat yang digunakan untuk mencapai massa. Dari uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator menggunakan teknologi media massa secara proporsional guna menyebarluaskan pesannya melampui jarak untuk mempengaruhi khlayak dalam jumlah yang banyak. **(Elvinaro & Lukiati (2007: 3)**, dikatakan bahwa :

***“Mass communication is messages communicated throught a mass medium to large number people”* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). (Elvinaro & Lukiati (2007: 3)**

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat kabar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

**2.5.2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, **Elvinaro** mengutip delapan karakteristik komunikasi massa, yaitu :

1. **Komunikator terlembagakan**

**Banyak orang yang terlibat dalam proses pembentukan pesan sampai proses penyampaian pesan.**

1. **Pesan bersifat umum**

**Komunikasi massa bersifat terbuka, ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu pesan bersifat umum. Pesan bisa berupa fakta, peristiwa, atau opini. Pesan harus menarik atau penting, atau penting sekaligus menarik.**

1. **Komunikannya *anonym* atau *heterogren***

**Apabila di dalam komunikasi anapersonil komunikator mengenal komunikannya, lain halnya dengan komunikasi massa yang dimana komunikator tidak mengenal komunikannya (anonym). Komunikan dalam komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda (heterogen).**

1. **Media massa menimbulkan keserempakan**

**Menurut Effendy (1981), keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.**

1. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan**

**Komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2009 : 99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**

1. **Komunikasi massa bersifat satu arah**

**Komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan aktif menerima pesan, tetapi tidak ada umpan balik.**

1. **Stimulasi alat indera terbatas**

**Karakteristik ini merupakan salah satu kelemahan dari komunikasi massa. Pada komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa yang dipakai dalam menyampaikan pesannya. Pada media cetak, pembaca hanya melihat. Pada radio, khalayak hanya mendengar. Pada televisi dan film, khalayak menggunakan indera penglihatan dan pendengaran. Berbeda dengan komunikasi antarpersonil yang bersifat tatap muka, sehingga seluruh indera pelaku komunikasi bisa digunakan secara maksimal.**

1. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)**

**Dalam komunikasi massa, komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak hanya bisa diterima melalui telepon, *e – mail*, atau surat pembaca. Maka dari itu, *feedback* komunikasi massa bersifat *indirect*. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan *feedback*  tersebut membutuhkan waktu, maka komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*). (Elvinaro, 2004 : 6 - 12)**

**2.6. Media Massa**

**2.6.1 Pengertian Media Massa**

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat – alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. **(Cangara, 2008 : 126)**

Media massa adalah saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Media massa bentuknya antara lain media elektronil (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film, dan internet. **(Nurudin, 2011 : 4-5)**

**2.6.2. Bentuk – Bentuk Media Massa**

Ada beberapa bentuk dari media massa menurut **Nurudin** dalam buku **Pengantar Komunikasi Massa**, yaitu sebagai berikut :

1. **Media Massa Elektronik (*Electronic* Media), meliputi televisi, radio, film. Media massa elektronik ialah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro.**
2. **Media Massa Cetak (*Printed* Media), meliputi surat kabar, majalah, tabloid, buku. Media massa cetak ialah media yang dicetak dalam lembaran kertas.**

**Internet.Termasuk media online.(Nurudin, 2009)**

**2.7. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakn teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berfikir, yang mempelajari fenomena manusiawi (Human Phenomena) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya dan penampakannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena seperti yang tampak apa adanya, namun sangat meyakini bahwa fenomena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna transdental. Untuk mendapatkan hakikat kebenaran harus menerobos melalui fenomena yang tampak itu.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tingkatan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis.Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas.

**Deetz** menyimpulkan tiga prinsip dasar fenomenologi dalam buku **Phenomenologi in Rhetoric and Communication** yang dijelaskan **Kuswaro** dalambuku **Fenomenologi** sebagai berikut:

1. **Pengetahuan ditemukan sejarah langsung dalam pengalaman sadar akan pengetahuan dunia ketika berhubungan dengannya.**
2. **Makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain, bagaimana seseorang dengan benda menentukan maknanya bagi orang tersebut.**
3. **Bahasa merupakan kecenderungan makna. (1981 : 57)**

Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian yang kita aplikasikan pada bidang-bidang permasalahan yang melibatkan ikon kehidupan yang terjadi pada suatu ruang dan waktu.Ikon tersebut merupakan peristiwa, pengalaman hidup, proses, trend, atau hal-hal lain yang kental dengan nuansa budaya.Fenomenologi bertujuan mencari refleksi dibalik kesemua hal tersebut, sehingga kajian teoritis bukanlah bagi seorang fenomenologi.

Fenomena yang tampak sebenarnya adalah refleksi realitas 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.

Tugas utama analisis fenomenologi adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami.Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi.

**Schutz** membuat model tindakan manusia melalui proses yang di namakan “tipikasi”. Tipikasi **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 kriteria yang telah di definisikan untuk menempatkan fenomena ke dalam tipe-tipe khusus. (2009 : 39)**

Penelitian fenomenologi pada dasarnya berprinsip *a apriori*, sehingga tidak diawali dan didasari oleh teori tertentu Penelitian fenomenologi justru berangkat dari perspektif filsafat, mengenai apa yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi** adalah sebagai berikut:

1. **Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.**
2. **Pemahaman objektif di mediasi oleh pengalaman subjektif.**
3. **Pengalaman manusia terdapat pada struktur pengalaman itu sendiri. Tidak dekonstruksi oleh peneliti. (2009 : 58)**

Teori fenomenologi menjadi suatu landasan bagi peneliti untuk mendalami serta menjadi suatu landasan bagi untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah Fenomena Fanatisme CISC Dalam Mendukung Chelsea di Bandung yang banyak menimbulkan persepsi negative di benak masyarakat.

Arti CISC bagi mereka dapat diibaratkan sebagai pejuang dari Indonesia yang gagah berani dan mau berjuang sampai mati demi harga dirinya.CISC tak pernah letih, lelah dalam mendukung Chelsea, karena bagi mereka Chelsea jiwa raga yang menyatu dan tidak bisa di pisahkan oleh waktu.

Hal ini yang menjadikan CISC selalu bersemangat dan selalu memadati setiap sudut Gor atau Cafe yang mengadakan nonton bareng.**Ardianto** dan**Q-Anees** dalam buku **Filsafat Ilmu Komunikasi** mengatakan:

**Makna dalam fenomenologi adalah derivasi (berasal) dari potensialitassebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Esensinya, makna yang berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup. Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalui bahasa. (2007:127)**

Penelitian fenomenologi pada dasarnya berusaha mempelajari bagaimana seorang memaknai fenomena atau kejadian yang terjadi di lingkungan sekitarnya.Peneliti berusaha mempelajari bagaimana informan memaknai fanatisme CISC dalam mendukung Chelsea di Bandung. Peneliti dalam penelitian fenomenologi diposisikan sebagai orang yang tidak tahu sama sekali tentang apa yang akan ditelitinya, sehingga hal-hal yang didapat dari penelitiannya merupakan apa yang dilihat dan dialaminya saat melakukan penelitian di lapangan.

Walau banyak sarjana yang menolak determinasi biologis dalam kehidupan sosial tetapi tidak satupun yang menolak bahwa struktur biologis (genetik, syaraf, dan hormonal) sangat mempengaruhi perilaku manusia.Struktur genetis mempengaruhi genetis mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi dan emosi manusia. Sistem syaraf mengatur pekerjaan otak dan sistem hormonal mempengaruhi proses psikologis

Manusia merupakan makhluk sosial dan tidak bisa lepas dari lingkungan sosialnya, walaupun jika ada suatu kasus bahwa individu berada dalam posisi tidak kenal siapa-siapa dalam sebuah lingkungan sosial, tetap saja individu tersebut merupakan bagian dari lingkungan sosial tersebut.Motif harga diri termasuk dalam konsep human relations dimana manusia memiliki keinginan untuk dipandang/diperhitungkan dalam lingkungan sosialnya.Motif dalam setiap diri manusia sebenarnya berbeda-beda.Jika hal ini dipikirkan kembali, maka hal ini dipengaruhi hal dari dalam diri dan luar individu.

Ketika Chelsea main dan diadakan nonton bareng Jalan di Bandung dipadati CISC.Mereka datang ke Gor atau Cafe menggunakan berbagai kendaraan pribadi, bahkan ada yang menggunakan sepeda dan berjalan kaki.Mereka datang ke Gor atau Cafe tidak mementingkan cuaca, baik itu hujan ataupun panas mereka rela berkorban demi mengikuti nonton bareng Chelsea.Fanatisme tersebut tetap dipelihara oleh CISC hingga hari ini seiring dengan perjalanan Chelsea.

Percakapan sehari-hari dan penggunaan atribut dapat mencerminkan, walaupun tidak secara keseluruhan, bagaimana latar belakang organisasi tersebut, bagaimana karakteristik anggotanya, hingga ke tujuan organisasi tersebut didirikan. Kinerja yang telah diberikan oleh Chelsea kepada para pecintanya , kemudian dijawab kembali dengan fanatisme oleh sekelompok pendukung fanatik.

Berbagai komunikasi baik verbal maupun non verbal dilakukan CISC untuk menunjukan fanatismenya terhadap Chelsea.Para CISC pun mulai mengembangkan sayapnya dalam berbagai bentuk aktualisasi diri, mulai peningkatan pengkoordiniran masa dengan dibentuknya “distrik” diberbagai wilayah dan penjualan *merchandise*.Fenomena ini menjadi tambahan kekuatan bagi Chelsea sebagai organisasi sepak bola, dengan mempunyai pendukung yang loyal dan fanatic.Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat.

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

**Bagaimana CISC memahami fanatisme dalam mendukung Cheslsea di Bandung**

**FENOMENOLOGI**

**“TIPIKASI” Alfred Schutz (1899-1959)**

**Fenomena Fanatisme CISC**

**(Alfred Schutz)**

**Fenomena Fanatisme CISC:**

* **Makna**
* **Motif**
* **Interaksi**

**Sumber : Alfred Schutz dalam buku fenomenologi (1899-1959) dan Modifikasi Peneliti**