**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN**

**DAN HIPOTESIS**

**2.1 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual diharapkan akan memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual yang akan mendasari penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Konseptual**

**Variabel Dependen (Y)**

**Pemeliharaan Hubungan**

1. Attraction
2. Equity

**Variabel Independen (X)**

**Komunikasi Hiperpersonal**

1. Sender
2. Receiver
3. Channel
4. Feedback

*Sumber: Sulianta 2015 dan Teori Kotler dan Armstrong 2007*

* 1. **Kerangka Teoritis**
		1. ***Computer Mediated Communication (CMC Theory)***

Menurut **A.F.Wood** dan **M.J.Smith** dalam bukunya yang berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction and The Internet* mengenai teori CMC :

 “***Computer Mediated Communication* menurut adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui computer dalam suatu jaringan internet.” (1997:4)**

Teori ini mengatakan bahwa dalam era modern seperti ini, internet telah menjadi salah satu mediator manusia dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan individu lain. *Computer Mediated Communication* (CMC) didefinisikan sebagai suatu transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih computer jaringan. Penelitian *Computer Mediated Communication* (CMC) berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang di dukung teknologi komunikasi computer.

Berdasarkan definisi **John December** dalam karyanya yang berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction*:

**“ Computer Mediated Communication (CMC) adalah proses komunikasi manusia dengan computer, melibatkan orang-orang, berbeda dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam.” (1997:5)**

Computer Mediated Comminication (CMC) didefinisikan sebagai suatu transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih computer jaringan. CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang didukung teknologi computer. Banyak studi baru-baru ini melibatkan internet berbasis jaringan sosial yang di dukung oleh perangkat lunak sosial. Berbagai bidang studi fenomena dari ahli yang dapat dijelaskan di bawah paying istilah CMC. Misalnya, banyak mengambil ‘psikologi komunikasi’ pendekatan CMC dengan melihat bagaimana manusia menggunkan ‘komputer’ (atau media digital) untuk mengelola interaksi Intrapersonal, jejak bentuk, membentuk, dan mempertahankan hubungan.

Studi-studi ini sering difokuskan pada perbedaan antara online dan interkasi offline, meskipun penelitian kontemporer bergerak kearah pandangan bahwa Computer mediated Communication (CMC) harus dipelajari sebagaimana tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Cara manusia berkomunikasi dengan professional, sosial, dan lingkungan pendidikan sengat bervareasi, tidak hanya tergantung pada lingkungan tetapi juga metode komunikasi dimana komunikasi terjadi.

CMC Theory menjadi hal yang sangat penting untuk dijadikan sebuah pengetahuan. Dapat dilihat dari sisi menghebohkan yang terjadi di tengah masyarakat modern, bahwa media teknologi komputer kali ini sudah sangat marak, bahkan dapat dilihat dari mundurnya PT. Pos Indonesia dikarenakan teknologi instant sudah melewati batas dunia nyata. Hal ini menjadi penting, karena masyarakat menganggap untuk berkomunikasi dengan semua orang di dunia tidak perlu disusahkan dan tidak perlu lagi membutuhkan biaya yang mahal. Hanya dalam waktu singkat, kita dapat dengan mudah melakukan komunikasi yang kita inginkan dengan menggunakan CMC yang telah dipaparkan tadi. Karena pada era modern saat ini, setiap individu menginginkan semua hal yang instant ditengah kegiatan merekaa yang sangat sibuk.

*Computer Mediated Communication* (CMC), yaitu komunikasi yang mengambil tempat antara manusia melalui alat komputer (**Susan Herring,1996**).

* + 1. **Komponen CMC**

Seperti yang kita ketahui bahwa *Computer Mediated Communication* (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua individu atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui computer yang berbeda tanpa batas ruang. Hal yang dimaksud disini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan media computer melalui aplikasi atau program yang ada pada computer tersebut. Kita ambil contoh *BBM Messager, Line Messager, What’s Up, Facebook, Instagram, Youtube, Blog, Path, Skype, Email* dan lain sebagainya. Dalam Line Messager, terdapat berbagai macam fitur-fitur berguna, seperti *Vidio Call*, *Voice Note*, *Share Location*. Begitu pula dengan *BBM Messager, What’s Up, Facebook, Instagram, Youtube, Blog, Path, Skype* dimana selain dapat berkomunikasi melalui teks dan suara dilengkapi pula fitur berbagi foto dan video, sehingga melakukan komunikasi lebih mudah dan menyenangkan. Dan untuk Vidio Call merupakan salah satu bentuk CMC *Computer Mediated Communication* yang mengabungkan semua dari mulai audio dan visual secara bersama sehingga para komunikator dapat merasakan interaksi komunikasi sesungguhnya bersama komunikan.

Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan Computer Mediated Communication (CMC) dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu computer dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya computer dan jaringan internet saja, namun dalam computer tersebut harus terdapat aplikasi atau program tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Hal tersebut membuat CMC semakin mempunyai pengaruh besar dalam membentuk komunikasi yang efektif di dunia internet. Fenomena-fenomena lain di dalam CMC juga terjadi setelah terdapat teknologi 4G, Mobile phone, Smart Phone, dll.

* + 1. **Penggunaan CMC**
1. Penggunaan Bahasa

Bahasa merupakan alat yang sangat penting dalam melakukan komunikasi. Komunikasi sangat membutuhkan bahasa untuk berinteraksi satu sama lain. Banyak orang mengatakan bahwa lambang komunikasi menjadi peran yang penting untuk berinteraksi dalam CMC. Lambing komunikasi, dapat di jadikan patokan dalam berkomunikasi. Lambang komunikasi verbal maupun nonverbal dapat kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, kita dapat menggunakan gambar-gambar yang lazim dan dapat dimengerti (contoh: penggunaan *emoticon* dan *sticker* di online messenger) atau pun kita dapat menggunakan isyarat.

Namun, sebelum menggunakan lambing-lambag tersebut, kita harus megenal dulu budaya seseorang yang akan kita ajak berkomunikasi. Kita harus belajar tentang komunikasi lintas budaya, sehingga kita mengerti bagaimana cara berkomunikasi secara nonverbal (isyarat dan gambar-gambar) dengan seseorang yang akan kita ajak berkomunikasi. Pengetahuan yang minim tentang budaya akan membuat kita mengalami miss communication. Hal ini harus dihindari dalam proses berkomunikasi, karena efeknyaakan sngatlah fatal. Walaupun banyak symbol dan lambing komunikasi verbal yang sngat eefektif untuk mencapai komunikasi yang efektif pula. Setidaknya, kita harus dapat menggunakan bahas inggris sebagai jembatan bahasa untuk lebih memperjelas bahsa dalam komunikasi.

Tentu saja, dalam tahap ini kita dituntut untuk memilih kata-kata yang sesuai, dengan kalimat yang baik. Karena pemilihan kata atau penyusunan kalimat akan menghasilkan pesan yang baik dan sesuai bagi komunikan. Pengurangan kata-kata ambigu dan kata yang sekiranya akan menyakiti hati komunikan, harus dihindari oleh komunikator.

1. Pesan delay

Pesan yang tertunda atau trhambat waktu bahkan jaringan, harus dipilih dan disampaikan agar tetap segar. Caranya, kita harus mengetahui bagaimana cara mengemas pesan tersebut dengan baik. Harus mengetahui siapakah yang menjadi komunikannya. Tentu saja, kita melakukan observasi terlebih dahulu. Karena dalam hal ini kita berbicara tentang CMC, yaitu komunikasi dengan menggunakan media teknologi computer, maka kita dapat mencarai informasi melalui internet tentang komunikan yang kita tuju, sebagai contoh dengan melihat profile dan tulisan-tulisannya di beberapa akun sosial setelah mengetahui komunikan yang akan dituju, kita harus membuat outline pesan yang akan kita kemas sesuai dengan segmentasi yang akan kita tuju.

1. Segi Estetika

Dimana segi estetika atau keindahan sangat diperhitungkan dalam komunikasi. Meskipun komunikasi hanya merupakan penyampaian pesan dan informasi dari datu orang ke orang lainnya, namun tetap dalam hal ini tidak melulu harus menggunakan bahasa verbal, namun dapat menggunakan bahasa nonverbal seperti audio visual dan lain sebagainya, disesuaikan dengan aplikasi komunikasi atau media yang digunakan. Karena di era saat ini, sudah banyak cara berkomunikasi yang tidak melulu menggunakan text serta bahasa yang baku. Sehingga dengan itu semua, pesan yang dirasakan oleh komunikan akan terasa lebih indah dan menarik untuk dimengerti.

Ketiga hal ini sangat penting dalam mengemas pesan yang segar. Keterhambatan waktu sering terjadi di dalam dunia komunikasi teknologi CMC. Maka dari itu, pesan harus selalu di olah sehingga tetap menarik bagi komunikan.

* + 1. **Bentuk *Computer Mediated Communication***

Berbagai bentuk dari CMC tidak lain yaitu merupakan aplikasi-aplikasi computer yang terhubung dengan jaringan internet. Diantaranya yaitu, facebook, twitter, intagram, path, youtube, tumblr, blog, BBM, line, WA, dan lain sebagainya. Semuanya tergolong dengan CMC karena dilihat dari proses komunikasinya yang tidak memerlukan kontak fisik diantara pelaku komunikasinya.

1. Sosial Media

Sosial media merupakan alat komunikasi yang saat ini banyak digunakan masyarakat luas. Sosial media merupakan aplikasi yang ada dalam suatu perangkat computer dan harus tehubung dengan internet. Saat ini sosial media sudah banyak dan menjamur diantaranya facebook, twitter, intagram, path dan lainnya. Sosial media sendiri tidak terlalu bersifat formal, naun lenih santai, didalamnya selain teks dan suara dilengkapi pula fitur berbagi foto dan video, sehingga melakukan komunikasi lebih mudah dan menyenangkan.

1. Instant Messenger

Instant messenger atau pesan intan, mungkin dulu satu satunya pesan instan yang terkenal yaitu SMS, namun pada era digital ini keberadaan SMS mulai tergantikan oleh aplikasi pengirim pesan instan yang baru dan lebih memudahkan serta murah diantaranya yaitu BBM, line, WA dan lainnya.

1. Vidio Call

Ini merupakan salah satu bentuk CMC yang menggabungkan semuanya dari mulai auideo hingga visual sehingga para komunikator dapat merasakan interaksi komunikasi sesungguhnya bersama komunikan.

1. Email

Surat elektronik merupakan sarana berkomunikasi mengirim surat melalui jarigan computer yang terhubung dengan internet. Kekurangannya ketika lawan komunikasi tidak sedang membuka email, maka akan terjadi keterlambatan dalam menepatkan feedback.

Beberapa bentuk CMC diatas tentu saja sangat memudahkan para pasangan jarak jauh untuk melakukan komunikasi, apalagi saat ini komunikasi tidak hanya berupa teks dan suara saja namun bisa menggunakan video, sehingga para pasangan jarak jauh tidak akan merasakan jauhnya jarak diantara mereka, pesan dan infromasi yang disampaikanpun lebih terasa maknanya ketimbang hanya sebuah suara atau teks saja.

* + 1. **Komunikasi Hiperpersonal**

Kita telah mengenal berbagai bentuk (CMC) *Computer Mediated Communication*  misalnya *BBM Messager, What’s Up, Facebook, Instagram, Youtube, Blog, Path, Skype, Email.*

Ada tiga prespektif yang mengkaji tentang CMC seperti yang diungkapkan oleh **Joseph Walther (2006**) dalam bukunya Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa **,** yakni :

1. ***Impersonal***
2. ***Interpersonal***
3. ***Hiperpersonal****.*

 Karena penelitian ini, peneliti hanya akan mendalami bagian komunikasi *Hiperpersonal,* maka peneliti tidak akan membahas secara detail tentang 2 jenis komunikasi lainnya.

* + - 1. Komunikasi Impersonal

Impersonal memandang bahwa komunikasi online kurang mendukung aspek personal karena saluran internet tidak mengakomodasi sinyal nonverbal yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Ketika melakukan komunikasi secara tatap muka, para pelaku komunikasi cenderung lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal untuk berkomunikasi, seperti suara, raut wajah, intonasi, jarak, dsb.

Teori yang mendukung komunikasi ini adalah *Social Presence theory* ( teori kehadiran sosial) seperti yang di ungkapkan oleh **Short, Willias,and Christie (1976).** *Social Presence theory (kehadiran sosial)* adalah derajat dimana seseorang menerima orang lain pada kenyataan sesungguhnya yaitu sebagai individu dan seluruh interaksi yang terdapat didalamnya terdapat nilai-nilai ikatan hubungan saling timbal balik.

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal diartikansebagai suatu poroses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi ini dapat terjadi secara tatap muka (face to face) antara dua individu. Dan komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan bagaimana ekspresi wajah yang diberikan.

Interpersonal merupakan jawaban dari perspektif impersonal. Secara sederhana, komunikasi interpersonal mengungkapkan bahwa tidak adanya petunjuk nonverbal dapat dijembatani dengan penyesuaian sikap. Jenis komunikasi ini didukung oleh *Social Context Ceus Theory*. **Lee Sproull & Sara Kiesler (1986)** , mengungkapkan bahwa penanda konteks sosial berperan sebagai indikator dari perilaku yang bisa diterima secara sosial. Asumsi teori ini adalah adanya aturan baik disadari atau tidak yang mengontrol pelaku komunikasi, mengarahkan informasi tersebut yang pantas disampaikan dari dan kepada siapa informasi tersebut disampaikan. Beberapa variable teori ini adalah geografis, organisasional dan situasional. Jadi baik disadari atau tidak, dalam komunikasi kita menyesuaikan denga faktor sekeliling kita.

1. Komunikasi Hiperpersoal

Dan yang terakhir adalah komunikasi *Hiperpersonal* yang memandang bahwa komunikasi *online* memiliki efek bagi komunikatornya yang sedikit bebeda dengan *face to face*. Kondisi dalam berkomunikasi melalui media telah menciptakan kebebasan bagi para penggunanya dalam membangun komunikasi dan lebih dapat mengungkapkan perasaan ketimbang dengan komunikasi tatap muka, ini semua dapat terjadi karena kondisi psikologis setiap komunikator terkadang mempengaruhi interaksi yag akan terjadi (**Griffin 2005**). Dengan cara berkomunikasi seperti ini, para pelaku komunikasi dapat dengan bebas mengungkapkan perasaannya tanpa rasa malu atau canggung yang dapat dilihat langsung oleh lawan komunikasinya.

Hiperpersonal lebih berusaha menguasi pelaku komunikasi dengan aspek *Computer Mediated Communication* (CMC) nya untuk lebih menghasilkan pesan yang berkualitas, agar para pelaku komuniaksi dapat mengelola pesan dengan baik. CMC dikelola untuk menyusun sebuah pesan yang akan dikirimkan oleh penggunnya.

* + 1. **Aspek Komunikasi Hiperpersonal**

Komunikasi hiperpersonal memiliki 4 variabel prosesnya menurut **Joseph Walther (2006)**, yaitu:

* 1. ***The Sender* (pengirim pesan dalam kegiatan komunikasi)**
	2. ***The Reciver* (Pemerima pesan dalam kegiatan komunikasi)**
	3. ***The Channel* (Saluran atau media apa yang digunakan)**
	4. ***The Feedback* (Umpan Balik atau respon yang diberikan dari penerima kepada pengirim)**
		+ 1. The Sender (Pengirim Pesan dalam Kegiatan Komunikasi)

Pingirim pesan dalam komunikasi Hiperpersonal ini dapat secara bebas memilih secara bebas dengan siapa lawan bicaranya tanpa dibatasi gender, ras, suku, agama, serta latar belakang lainnya. Memilih melalui media apa dan dengan menggunakan fasilitas apapun untuk mengirimkan pesan, seorang pengirim mendapat kebebasan untuk melakukannya. Seorang pengirim pesan memiliki semua kebebasan dalam menentukan proses komunikasi online yang akan dilakukan.

Identitas yang biasanya ditampilkan oleh pengirim (sender) dalam sebuah komuniaksi online biasnaya dapat dilihat dengan jelas pada profile sebuah aplikasi yang digunakannya. Identitas yang dibuat oleh sender dapat merupakan identitas asli atau dapat pula berbeda dengan identitas atau keadaan yang sebenarnya, karena sesuai penjelasan diatas tadi seorang pengirim pesan memiliki kebebasan dalam menentukan atau membuat identitasnya. Seperti yang dinyataka oleh **Feenberg (1989)**, bahwa yang direpresentasikan dalam teks pada komunikasi onlie tidak sama dengan apa yang di representasikan pada *face to face*.

Profile diri atau biasa dikenal dengan *self presentation* yang ditampilkan oleh pengirim pesan dapat didukung oleh gambar/grafis yang ditunjukam dengan berbagai bentuk seperti emoticon, bunga, binatang, bangunan, katun, dan dapat berupa gambari diri (*selfie*).

* + - 1. The Receiver (Penerima Pesan dalam Kegiatan Komunikasi)

Hampir sama dengan pengirim pesan/ sender, receiver juga memiliki kebebasan dalam membentuk identitas dirinya. Nama yang ditampilakan pada akun online dapat berupa ID yang merupakan nama sebenarnya atau bahkan nama samara. Intinya receiver dan sender hampir sama, hanya berbeda pada peran yang mereka gunakan saja.

Reciver pada komunikasi Hiperpersonal dapat melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu, yaitu menjadi penerima dari pesan pengirim, pesan yang bersifat tunggal (Personal) atau menjadi bagian dari mutual partisipan atau bahkan sumber dari komunikasi massa.

Kondisi receiver yang telah diketahui identitasnya oleh sender sangat diperlukan saling keterbukaan dan kejujuran, apalagi dalam konteks sebuah hubungan. Sama seperti sender, pola komunikasi yang digunakan oleh receiver bertujuan untuk mempertahankan komunikasi dalam menjalankan hubungan bersama pasangan.

* + - 1. The Channel (Saluran Atau Media Apa Yang Digunakan)

Pesan dalam komunikasi Hiperpersonal sama pada komunikasi pada umumnya yaitu ada dua jenis, verbal dan nonverbal. Penggunaan bahasa verbal dalam komunikasi Hiperpersonal dengan tulisan (text) dan dengan menggunakan suara/audio yang telah disediakan pada aplikasi Computer Mediated Communication ( CMC). Sedangkan untuk nonverbal, pengguna dapat menggunakan bentuk tulisan, tanda baca untuk mewakili maksud dari kalimat yang akan disampaikan,emoticon-emoticon, animasi, dll. Semuanya digunakan untuk memperjelas maksud serta emosi yang sedang dirasakan komunikator/penerima pesan. Pengirim dapat dengan bebas dan leluasa mengembangkan dan mengolah pesan terlebih dahulu dengan baik dan tepat agar dapat memperoleh kesan tertentu yang diinginkan oleh lawan berkomunikasinya. Itupun akan berpengaruh pada cepat tidaknya *feedback* yang akan didapatkan oleh seorang pengirim pesan.

* + - 1. The Feedback (Umpan Balik atau respon yang diberikan dari penerima kepada pengirim)

Setiap proses komunikasi, para pengirim dan penerima pesan tentu akan menunggu respon yang diberikan satu sama lain, untuk menanggapi pesan yang telah disampaikan sebelumnya. *Feedback* dapat bersifat positif atau negatif tergantung dengan pesan yang akan dikirimkan oleh komunikator. Pada Hiperpersonal ini, *feedback* dapat negatif dapat terasa sekali oleh sasaran pesan dengan penggunaan *emoticon*, serta *sticker* yang disediakan oleh aplikasi pada komputer.

Pada kasus sebuah hubungan, biasanya ini rentan sekali terjadi kepada para pasangan khususnya pasangan yang menjalani hubungan jarak jauh, dimana masing-masing dari mereka sangat mengutamakan komunikasi. Ketika salah satu diantaranya lambat dalam memberikan respon, bisa terjadi kesalahpahaman jika tidak kemudian dijelaskan mengapa lambat dalam memberikan respon/umpan balik, ada beberapa faktor yang membuat feedback tertahan diantaranya yaitu, jaringan yang lambat sehingga pesan yang seharusnya dapat diterima langsung mengalami delay, faktor pengguna komunikasi yang tidak berada ditempat atau sedang melakukan suatu kegiatan yang tidak dalam waktu yang bersamaan dengan kondisi pasangan yang memiliki waktu senggang.

* + 1. ***Relationship Maintenance***

Menurut **Dinda** dan **Canary dalam bukunya** Komunikasi Pemeliharaan Hubungan (mengenai relational maintenance) yaitu:

**“Ada empat pengertian umum. Pertama, relational maintenance melibatkan cara mempertahankan sebuah hubungan yang sudah ada. Kedua, relational maintenance melibatkan cara mempertahankan sebuah hubungan dalam kondisi atau bentuk tertentu. Ketiga, relational maintenance melibatakan cara mempertahankan sebuah hubungan dalam kondisi yang saling menguntungkan/memuaskan kedua belah pihak. Keempat, melibatkan cara mempertahankan sebuah hubungan yang sedang dalam proses perbaikan.” (2003: 57)**

Alasan diperlukannya pemeliharaan sebuah hubungan sangatlah banyak dan beragam. Ada beberapa prediksi dalam membina/memelihara sebuah hubungan, yaitu sebagai berikut:

1. *Attraction* (Daya Tarik**)**

Daya tarik menurut **Sugiyono** dalam buku **Psikologi Sosial** adalah :

**Dalam hukum daya tarik dapat dijelaskan bahwa cara padang orang lain terhadap diri individu akan dibentuk melalui cara berfikir, nahasa dan tindakan yang khas.**

Teori daya tarik berasumsi bahwa suatu evaluasi perasaan yang dibuat seseorang yang merujuk secara khusus keinginan seseorang untuk mendekati orang lain berdasarkan kualitas positif yang dimiliki, dimana setiap individu memiliki derajat perasaan tersendiri yang mungkin berbeda dengan individu lain. Hubungan dapat terjaga dengan baik saat adanya daya tarik yang signifikan, umumnya hal semacam itu yang membuat sebuah hubungan terjaga. Walaupun kedua individu merasa daya tariknya telah berubah, tetapi pentingnya daya tarik dalam mempertahankan sebuah hubungan yang terjalin sangatlah penting.

1. *Equity theory* (Kesetaraan dalam Menjalani Hubungan)

Menurut **Aristoteles** mengenai pengertian keadilan adalah :

**“Keadilan adalah tindakan yang terletak diantara memberikan terlalu banyak dan sedikit yang dapat diartikan memberikan sesuatu kepada setiap orang sesuai dengan apa yang menjadi haknya.”**

Teori ini berasumsi bahwa kita dapat menjaga hubungan saat kita mengetahui keadilan relatif dalam sebuah hubungan. Saat kita dan pasangan merasa sama-sama dihargai dan menghargai, maka kita akan lebih senang untuk menjaga hubungan itu. Tetapi, jika salah satu-khususnya orang yang menjadi terbalas-menyadari kurangnya keadilan, bisa jadi hubungan itu akan berjalan rumit.

* + 1. **Hubungan Jarak Jauh**

Hubungan jarak jauh atau sering disebut dengan *long distance relationship* adalah dimana pasangan dipisahkan oleh jarak fisik yang tidak memungkinkan adanya kedekatan fisik untuk periode waktu tertentu **(Hampton,2004)**.

**Holt & Stone** dalam karyanya dengan judul*A study of cultural variability and relational maintenance behaviors for international and domestic proximal and long distance interpersonal relationships*, yaitu:

**“Menggunakan faktor waktu dan jarak untuk mengkategorikan pasangan yang menjalani hubungan jarak jauh.”**

 Berdasarkan informasi demografis dari partisipan penelitian yang menjalani hubungan jarak jauh, didapat tiga kategori waktu terpisah (kurang dari 6 bulan, lebih dari 6 bulan). Tiga kategori pertemuan (seminggu satukali, seminggu hingga berbulan-bulan, kurang dari satu bulan) dan tiga kategori jarak (0-1 mil, 2-294 mil, lebih dari 250 mil). Dari hasil penelitian **Holt & Stone (2002).** Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan jarak jauh merupakan sebuah proses seseorang dengan pasangan yang berbeda di tempat yang berbeda baik jarak dan fisik, telah menjalani hubungan jarak jauh minimal 6 bulan dan memiliki intensitas pertemuan yang minimal satu kali dalam satu bulan. Hubungan jarak jauh atau long distance relationship (LDR) dijalani beberapa pasangan dengan alasan seperti pekerjaan, sekolah maupun hal lainnya.

* + 1. **Elemen Pemeliharaan Hubungan Jarak Jauh**

Sepuluh elemen pemeliharaan hubungan jarak jauh menurut **Canary (2003)** yaitu : *posivity, openness, assurances, sharing tasks, social network, join activites, mediated communication, avoidance, and humor.*

1. Posivity adalah sikap membuat interkasi yang menyenangkan atau memberikan pujian.
2. Opennes adalah berbicara dan mendengarkan satu sama lain. Pasangan saling membuka diri dan bertukar pikiran.
3. Assurances adalah sikap memberikan kepastian atau jaminan tentang komitmen pasangan.
4. Sharing Tasks adalah sikap melakukan tugas dan pekerjaan yang relevan dalam hubungan bersam-sama.
5. Social Networks adalah sikap menghabiskan waktu untuk berkomunikasi dan berkenalan dengan orang-orang disekitar pasangan.
6. Joint activities adaah sikap melakukan kegiatan dan menghabiskan waktu bersama.
7. Mediated communication adalah sikap berkomunikasi menggunakan media teknologi, maupun surat.
8. Advoicial adalah sikap menghindarkan diri dari pasangan dalam situasi atau isu tertentu. Misalnya, menghormati privacy pasangan.
9. Antisocial adalah sikap yang tidak ramah atau menggunakan kekerasan pada pasangan. Contohnya, membuat pasangan merasa bersalah, lalu menunjukan sikap tidak ramah ketika pasangan tidak memberikan perhatian.
10. Humor adalah sikap menggunakan berbagai macam humor untuk membuat suasana menjadi menyenangkan. Misalnya memberi panggilan yang unik atau sekedar becerita hal-hal yang lcu kepada pasangan.
	* 1. **Faktor Penyebab Hubungan Jarak Jauh**

Kaufman (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan individu menjalani hubungan jarak jauh diantaranya yaitu faktor pendidikan. Pendidikan adalah salah satu faktor penyebab hubungan jarak jauh adalah ketika individu berusaha mengeja dan mencapai tingkat pendidikan yang lebih tinggi sehingga hubungan mereka dengan pasangan harus dipisahkan oleh jarak.

Faktor kedua yaitu pekerjaan, dimana hubungan jarak jauh juga berhubungan dengan kecenderungan sosial pada saat ini. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah tenaga kerja ke luar negeri (Johnson & Packer dalam Kauffman, 2000) dan juga dengan adanya kondisi mobilitas kerja saat ini sehingga dalam usaha pencapaian karir mereka, hubungan percintaan yang terjanin dipisahkan oleh jarak.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan Landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak di ragukan lagi kebenarannya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam melakukan Penelitian ini, Peneliti menggunakan ***Teori Computer Mediated Communication (CMC)*** pencetus dari teori ini yaitu ***A.F.Wood and M.J.Smith***. menurut mereka penggunaan teori ini digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua individu atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui bantuian alat, Menurut **A.F.Wood** dan **M.J.Smith** dalam bukunya yang berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction and The Internet* mengenai teori CMC :

 “***Computer Mediated Communication* menurut adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui computer dalam suatu jaringan internet.” (1997:4)**

 dengan kata lain bagaimana dua individu atau lebih dapat berkomunikasi menggunakan media komputer melalui aplikasi atau program yag ada pada komputer.

Kaitan Teori ***Computer Mediated Communication (CMC)*** dengan judul peneliti **“Hubungan Komunikasi Hiperpersonal dengan Pemeliharaan Hubungan Jarak Jauh (*Long Distance Relationship*) Pasangan Suami Istri Di Kota Bandung”** adalah bahwasanya penggunaan media sangat membantu dalam kebutuhan berkomunikasi di era modern ini. Karena masyarakat menganggap untuk berkomunikasi dengan semua orang di dunia tidak perlu disusahkan dan tidak perlu lagi membutuhkan biaya yang mahal. Hanya dalam waktu singkat, kita dapat dengan mudah melakukan komunikasi yang kita inginkan dengan menggunakan CMC. Begitupula halnya dengan pemeliharaan hubungan, yang dimana ketika sepasang suami istri berada jauh dengan pasangannya dapat dengan mudah menggunakan bantuan media internet untuk saling menghubungi satu sama lain.

**Gambar 2.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Hubungan Komunikasi Hiperpersonal Dengan Pemeliharaan Hubungan Jarak Jauh (Long Distance Relationship) Pasangan Suami Istri Di Kota Bandung

Teori Computer Mediated ***Communication (CMC)***

***( A.F.Wood and M.J.Smith)***

Pemeliharaan Hubungan

Variabel (Y)

Komunikasi Hiperpersonal

Variabel (X)

Sub Variabel:

1. Attraction
2. Equity

 **(Dinda dan Canary, 1993)**

Sub Variabel:

1. Sender
2. Receiver
3. Channel
4. Feedback

 **(Joseph Walther, 1996)**

Indikator:

1. Attraction
2. Ketertarikan Pasangan
3. Ketidaknyamanan terhadap pasangan
4. Kedekatan dengan pasangan
5. Equity
6. Memahami Pasangan
7. Memecahkan Konflik

Indikator:

1. Sender
2. Penggunaan Media untuk bekomunikasi
3. Kepemilikan perasaan dan pikiran
4. Receiver
5. Pemilihan waktu berkomunikasi
6. Pengolahan jenis Percakapan
7. The Channel
8. Penggunaan Verbal (text)
9. Penggunaan Nonverbal (emoticon dan tanda baca)
10. Feedback
11. Lama waktu membalas
12. Menghargai perbedaan

**z**

**V**

**Hubungan Komunikasi Hiperpersonal dengan Pemeliharaan Hubungan**

*Sumber: Modifikasi Pembimbing dan Peneliti*

**2.4 Hipotesis**

 **Sugiyono (2010: 64)** hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis merupakan jawaban sementara penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dalam peneltian tersebut. Setelah melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat diterima atau ditolak.

Dalam penelitian ini dirumuskan hiiotesis sebagai berikut:

**Ho** : Tidak terdapat hubungan komunikasi hiperpersonaldengan pemeliharaan hubungan jarak jauh.

**Ha** : Terdapat hubugan antara komunikasi hiperpersonaldengan pemeliharaan hubungan jarak jauh.