**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Komunikasi**
     1. **Pengertian Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tau ini memaksa manusia untuk berkomunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia.

Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang-lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang-lambang itu dalam bentuk bahasa verbal. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan itu adakah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya.

Penggunaan “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan, orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika di analisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan, kedua lambang. Kongkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Komunikasi dapat menjadi penyelamat kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan keselamatan pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Selain itu, dapat pula untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Banyaknya definisi yang telah dibuat oleh para pakar dengan latar belakang dan perspektif yang berbeda satu sama lain, dapat menimbulkan kebingungan bagi pihak-pihak yang berminat mempelajari komunikasi, jika tidak memahami hakikat komunikasi antarmanusia yang sebenarnya. Istilah Komunikasi berpangkal dari perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi (Cherry dalam Stuart, 1983).

Menurut **Kuswarno** dalam buku **Metode Penelitian Komunikasi** **2008 halaman 7** Komunikasi adalah :

**Komunikasi merupakan eksistensi dari manusia dan masyarakat, bahkan para ahli filsafat seperti Anderson dan Parker mengambil komunikasi sebagai dasar yang membedakan manusia dengan binatang. Komunikasi hanya dapat hidup dalam interaksi sosial, karena komunikasi memerlukan pengoperan lambang-lambang yang mempunyai arti.**

Sedangkan menurut **Liliweri dalam Kuswaro, 1997 halaman 3** **Metode Penelitian Kualitatif**, pengertian Komunikasi adalah :

**Berdasarkan etimologi, kata “komunikasi” berasal dari bahasa latin, yakni communicare, berarti berpartisipasi atau memberitaukan. Berdasarkan etimologisnya maka kata komunikasi lebih menitikberatkan pada segi sosial.**

**Menurut Wibowo** komunikasi merupakan aktifitas menyampaikan apa yang ada dipikiran, konsep yang kita miliki dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain. Atau sebagai seni mempengaruhi orang lain untuk memperoleh apa yang kita inginkan. (B.S.Wibowo, 2002). Sedangkan, **Astrid** berpendapat komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna yang perlu dipahami bersama oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi.

Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memaknai informasi yang disebarkan atau diterima berdasarkan 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.

* + 1. **Unsur - unsur Dasar Komunikasi**

1. **Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khlayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source, encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

1. **Pesan**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi, 2006 halaman 23** adalah sebagai berikut:

**Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak - gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan.**

1. **Media**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara**,**media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologimemandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

Dalam Pengantar Ilmu komunikasi **Cangara, 2006 halaman 119** dikatakan bahwa :

**Pesan - pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.**

Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Vardiansyah**, **2004 halaman 24-26** :

**Media bentuk jamak dari medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.**

Dapat kita mengerti dalam penjelasan yang disampaikan oleh **Cangara** dan **Vardiansyah**  di atas bahwa seorang komunikator menyampaikan pesannya kepada para komunikan melaui sebuah media ia pilih sebagai alat perantaranya dan diterima oleh komunikan diproses dalam pikirannya sebelum dinyatakan dalam tindakannya.

**4. Komunikan**

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis danmenginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

**5. Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasn, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

* + 1. **Fungsi Komunikasi**

1. **Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyarakan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelansungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

1. Pembentukan konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang - orang dekat lainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan significan

others.

1. Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.

1. Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.
2. **Komunikasi Ekspresif**

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakuakan baik sendirian ataupun dalam kelompok.. komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan - perasaan (emosi) kita.

1. **Komunikasi Ritual**

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

1. **Komunikasi Instrumental**

Komunikasi istrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** Dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi**, **2005 halaman 5-30** adalah sebagai berikut:

**Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui.**

* + 1. **Proses Komunikasi**

Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan sekunder :

1. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada yang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh sesorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Contoh : surat, telepon.

Berikut ini adalah unsur-unsur dalam proses komunikasi :

**Gambar 2.1**

Receiver

Decoding

Sender

Encoding

Media

Noise

Response

Feedback

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

**2.2 *Public Relations***

**2.2.1 Pengertian *Public Relations***

*Public Relations* atau humas terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami humas, kecuali jika ia adalah sejenis tarzan yang tidak pernah bertemu atau menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Definisi *Public Relations* **menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) dalam *Public Relations*, 1992 halaman 8 Frank Jefkins** :

**Praktek humas atau PR adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesimanbungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. (1992:8)**

Upaya yang terencana dan berkesinambungan, ini berarti PR adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Jadi, PR sama sekali bukanlah kegiatan yang sifatnya sembarangan atau dadakan.

Tujuan utamanya adalah menciptakan dan memlihara saling pengertian. Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senatiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan, dengan adanya satu penggal kata “saling”, maka organisasi juga harus memhami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengannya (istilah yang umum adalah “khalayak” atau publik).

Pengertian *Public Relations* menurut **Frank Jefkins** dalam bukunya ***Public Relations*, 1992 halaman 9** yaitu :

**Humas adalah sesuatu yang menrangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupu ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.**

Bagian pertama dari definisi ini sma saja dengan telah diutarakan oleh IPR, hanya saja unsur tujuannya lebih terperinci, yaitu tidak hanya terbatas saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang biasanya adalah penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya saja pengubahan sikap yang negatif menjadi positif.

PR harus menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat PR merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan ini dengan tegas menyangkal anggapan keliru yang mengatakan bahwa PR merupakan kegiatan yang abstrak. Bila anda tengah menjalankan suatu program kehumasanm anda pasti bisa mengukur hasiil-hasil yang sudah dicapai. Kalau perlu, anda bisa menerapkan teknik-teknik riset kampanye kehumasan yang anda lancarkan.

**2.2.2 Fungsi *Public Relations***

*Public Relations* merupakan suatu kegiatan yang nyata, tidak abstrak. Dari sifatnya itu, *Public Relations* memiliki beberapa fungsi, tugas, serta tujuan yang harus dicapai demi kepentingan bersama yang telah disepakati. *Public relations* merupakan suatu alat yang berada dalam suatu sistem manajemen yang menjalankan fungsi manajemen berkaitan langsung dengan masyarakat. Selain itu, *Public Relations* merupakan salah satu bagian dari organisasi yang menjalankan serangkaian mode komunikasi.

Fungsi utama kegiatan *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan antara organisasi dengan publiknya secara internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau perusahaan.

Fungsi *public relations* menurut **Effendy** yang dikutip oleh **Yulianita** dalam bukunya “**Dasar-dasar Public Relations**”, **2007 halaman 18** mengatakan empat fungsi, yaitu :

1. **Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.**
2. **Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik ekstern maupun intern.**
3. **Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada masyarakat.**
4. **Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.**

Dilihat dari fungsinya, maka tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kedudukan *public relations* dalam sebuah perusahaan atau organisasi sangatlah penting dan strategis. Fungsinya tersebut dijalankan dengan sebaik-baiknya agar terjaganya kredibilitas perusahaan atau organisasi dalam proses pencapaian tujuan. *Public relations* dalam menjalankan fungsinya sangatlah berat, karena selain memberikan informasi kepada publiknya baik internal maupun eksternal, tetapi juga menjadi ujung tombak yang harus menjaga dan membentuk hubungan baik dengan publik atau masyarakat.

**2.2.3 Tujuan *Public Relations***

Definisi-definisi dan pengertiannya, banyak yang menunjukkan dengan jelas tujuan *public relations*. **Menurut Abdurrachman dalam “Dasar-dasar Public Relations” 1990 halaman 34** Tujuan *public relations* adalah :

**Mengembangkan goodwill dan memperoleh opini publik yang favourable atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan public relations harus dikerahkan ke dalam dan ke luar.**

Pada intinya *public relations* harus tetap menjalin hubungan baik dengan para pihak atau publik-publik organisasi. Hubungan yang baik tersebut bukan semata demi keuntungan organisasi melainkan untuk keuntungan kedua belah pihak. Organisasi menikmati keuntungan dan manfaat dari hubungan baik itu dan public organisasi itu pun menikmati keuntungan dan manfaat dari hubungan baik tersebut.

Secara umum, tujuan *public relations* adalah untuk mendapatkan *goodwill*, menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra perusahaan/organisasi dimata publik. Pada hakekatnya, tujuan *public relations* muncul dari pelaksana fungsi public relations itu sendiri.

**Frank Jefkins** dalam bukunya *“****Public Relations***” mengemukakan bahwa ruang lingkup tujuan *Public Relations* itu ternyata sangat luas. Melalui serangkaian pembahasan yang mendalam, maka beberapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut :

1. **Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan perusahaan;**
2. **Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan;**
3. **Untuk menciptakan bobot kualitas calon pegawai;**
4. **Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan;**
5. **Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan;**
6. **Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelengaraan suatu acara;**
7. **Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru;**
8. **Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan *go public*;**
9. **Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit setelah krisis;**
10. **Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam rangka menghadapi resiko pengambilalihan;**
11. **Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru;**
12. **Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-sehari;**
13. **Untuk memastikan para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang dan kebijakan pemerintah yang merugikan;**
14. **Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan.**

Tujuan yang paling penting dari *Public Relations* adalah mencapai saling pengertian. Citra positif dan dukungan yang datang bukan *Public Relations* yang menentukan, melainkan sebagai *feedback* yang diharapkan. Menciptakan saling pengertian merupakan tujuan utama dari seorang *Public Relations*, caranya adalah mengubah hal negatif menjadi hal positif.

* 1. **Antusiasme**

Antusiasme adalah kekuatan terpenting di dalam hidup ini. Kata antusias atau antusiasme dalam bahasa indonesia, dipahami sebagai suatu semangat yang berapi-api atau bisa disebut sebagai terobsesi terhadap sesuatu. Mengedepankan antusiaseme di dalam hidup akan merubah cara berpikir kita, perasaan dan tindakan. Mengisi seluruh rongga hidup kita dengan kekuatan antusiasme tidak hanya meningkatkan kualitas hidup, tetapi sekaligus menjadi alat perekat dalam berkomunikasi di dalam keluarga, kerabat, atau antar komunitas.

Salah satu makna antusiasme adalah perasaan senang luar biasa untuk mengapai sesuatu hal. Ketika kita memiliki sesuatu sebagai tujuan untuk digapai, kita akan bersedia untuk mengeluarkan segenap potensi diri untuk mencapainya. Dalam bahasa Inggris, kata ini memiliki ejaan enthusiasm yang berasal dari bahasa Yunani en theos dan berarti “kekuatan dari Tuhan di dalam hati”. Zig Ziglar melihat sisi lain dari kata ini. Menurutnya, empat huruf terakhir kata tersebut, iasm, dapat diterjemahkan dengan “i am sold, my self”. Artinya, seseorang yang memiliki antusiasme adalah orang yang sudah benar-benar yakin pada diri sendiri baik pada pengetahuan, kemampuan, serta keahliannya.

Antusiasme membuat seseorang berbeda dengan orang yang lainnya. Antusiasme membuat seseorang semakin menarik, membuat orang memberikan perhatian kepadanya. Antusiasme merupakan sendi-sendi kehidupan yang membuat hidup ini lebih hidup, berwarna, dan bermakna, bukan saja bagi diri kita sendiri tetapi juga untuk orang lain.

* 1. **Pengertian Motivasi**

**Wahjosumidjo, 1987** menyebutkan bahwa Motif dan motivasi mempunyai hubungan yang erat dan tidak terpisahkan. Istilah motivasi berasal dari kata motif yang berarti sebagai kekuatan yang terdapat dalam individu yang mendorong agar berbuat sesuatu. Istilah motif juga berarti alasan, sebab, atau latar belakang. Motif merupakan kekuatan internal yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan. Dengan mengetahui motif maka kita dapat mengetahui perilaku serta keinginan yang sesuai dengan budaya setiap individu.

Jadi motif membangkitkan tingkah laku dan mengarahkan pada tujuan yang sesuai. Selain itu motivasi merupakan kompleksitas proses fisik fisiologi yang bersifat energetic (dilandasi adanya energy), keterangsangan, dan tertuju pada sasaran. Menurut Ngalim Purwanto 1990 pada dasarnya motivasi terbagi dalam dua kategori, yaitu :

1. Motivasi primer atau dasar

Motivasi ini bersifat instrinktif dan tidak dipelajari. Sering disebut sebagai drive atau dorongan. Motivasi yang tergolong drive, yaitu dorongan fisiologis (kebutuhan organis dan dorongan umum lingkungan).

1. Motivasi sekunder

Motivasi ini berkembang dalam diri individu karena pengalaman dan dipelajari. Contohnya rasa takut yang dipelajari, motif sosial.

**Faktor-faktor motivasi**

Pada dasarnya setiap tingkah laku manusia memiliki motif. Menurut Wahjosumidjo (1987) menguraikan motivasi sebagai proses batin atau proses psikologis yang terjadi pada diri seseorang, sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor di samping faktor ekstern seperti lingkungan dan sebagainya. Selain itu juga sangat ditentukan oleh faktor intern seperti pembawaan, pengalaman, dan keinginan. Perbedaan motivasi yang ada dalam diri seseorang dipengaruhi oleh Tingkat kematangan, latar belakang kehidupan, usia, keunggulan fisik mental pikiran, sosial budaya, dan lingkungan.

* 1. **Remaja**

Remaja berawal dari kata latin yaitu adolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah adolensence mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 1992). Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua. Seperti yang dikemukakan oleh Calon dalam Monks, dkk 1994 bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak.

Sedangkan menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (2004:53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa. Zakiah Darajat (1990:23) mendefinisikan remaja adalah masa peralihan diantara masa kanak-kanak dan dewasa. Dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa perkembangan fisiknya maupun perkembangan psikisnya.

Mereka bukanlah anak-anak baik bentuk badan ataupun cara berfikir atau bertindak, tetapi bukan pula orang dewasa yang telah matang. Pada umumnya masa remaja dapat dibagi menjadi dua periode, yaitu :

1. Periode Masa Puber usia 12-18 tahun
2. Masa Pra Pubertas : Peralihan dari akhir masa kanak-kanak ke masa awal purbertas. Cirinya adalah anak tidak suka diperlakukan seperti anak kecil lagi dan mulai bersikap kritis.
3. Masa Pubertas usia 14-16 tahun yang disebut remaja awal, dengan ciri mulai cemas dan bingung dengan perubahan fisiknya, memperhatikan penampilan, sikapnya tidak menentu, suka berkelompok.
4. Periode Remaja Adolesen dengan usia 19-21 tahun
5. Merupakan masa remaja akhir. Beberapa sifat penting pada masa ini adalah perhatiannya tertutup pada hal-hal realistis, mulai menyadari akan realistis, sikapnya mulai jelas tentang hidup, mulai nampak bajat dan minat.
   1. **Taman Kota**
      1. **Pengertian Taman Kota**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, taman (nomina) merupakan 1. Kebun yang ditanami dengan bunga-bunga dan sebagainya (tempat bersenang-senang); 2. Tempat (yang menyenangkan dan sebagainya); 3. Tempat duduk pengantin perempuan (yang dihiasi dengan bunga-bunga dan sebagainya). Sementara itu kota (nomina) adalah 1. Daerah permukiman yang terdiri atas bangunan rumah yang merupakan kesatuan tempat tinggal dari berbagai lapisan masyarakat; 2. Dem daerah pemusatan penduduk dengan kepadatan tinggi serta fasilitas modern dan sebagian besar penduduknya bekerja di luar pertanian; 3. Dinding (tembok) yang mengelilingi tempat pertahanan.

Definisi lainnya antara lain taman adalah sebidang lahan berpagar yang digunakan untuk mendapatkan kesenangan, kegembiraan, dan kenyamanan (**Laurie, 1986:9**) sedangkan kota adalah tempat berlangsungnya proses hidup dan kehidupan atau sebagai tempat berlangsungnya aktivitas manusia (**Setiyaningrum, Diyah, 2002:4**). Taman kota adalah taman yang berada di lingkungan perkotaan dalam skala yang luas dan dapat mengantisispasi dampak-dampak yang ditimbulkan oleh perkembangan kota dan dapat dinikmati oleh seluruh warga kota.

* + 1. **Fungsi Taman Kota**

Fungsi dan manfaat taman kota menurut **(Zoer’aini, 1997)** adalah sebagai berikut:

1. **Fungsi Lanskap**

**Fungsi ini meliputi fungsi fisik adalah perlindungan terhadap kondisi fisik alami sekitarnya terhadap angin, sinar matahari, bau, dan sebagainya. Fungsi ini meliputi fungsi sosial adalah dapat memberi interaksi sosial warga dan sarana pendidikan serta penelitian.**

1. **Fungsi Pelestarian Lingkungan**

**Taman kota sebagai penjaga kualitas lingkungan kota. Dengan adanya penghijauan maka taman kota dapat berfungsi sebagai paru-paru kota yang menghasilkan banyak O2, menurunkan suhu kota, penyaring debu dan buangan kendaraan bermotor sehingga meminimalisir polusi udara.**

1. **Fungsi Estetika**

**Ukuran, bentuk, warna, dan tekstur vegetasi dan hubungannya dengan lingkungan sekitarnya merupakan faktor yang mempengaruhi fungsi estetika.**

* + 1. **Taman Kota Di Bandung**

Berikut ini adalah berbagai Taman Kota di Bandung, yaitu :

1. Taman Ganesha, Taman ini terletak di jalan Ganesha Bandung bersebrangan dengan kampus ITB.
2. Taman Badak Putih, Taman yang dibangun oleh *R. Teuscher*, seorang pakar tanaman yang bertempat tinggal di Tamblongweg (jalan tamblong) disebut oleh orang tua dulu sebagai Kebon Radja.

Taman-taman tersebut diatas sejak dahulu memang diperuntukkan untuk aktivitas warga kota Bandung untuk menikmati keindahan kota serta sejuknya kota Bandung itu sendiri. Seiring perjalanan waktu karena adanya tuntutan perubahan jaman dimana masyarakat harus selalu bergerak cepat mengikuti perputaran roda ekonomi, taman-taman kota sudah mulai di tinggalkan. Namun sejak awal tahun 2013 pemerintah kota Bandung bersama mulai kembali menghidupkan taman kota yang sudah ada dengan pemberian nama dan tema yang lebih dinamis dan disesuaikan dengan karakteristik dinamika warga kota Bandung itu sendiri. Taman-taman dengan nama baru serta pembenahan yang baru tersebut adalah :

1. Taman Musik Centrum

Taman ini didedikasikan untuk para penggemar kegiatan musik dan seni di kota Bandung. Hal ini dikarenakan penggemar musik serta pelaku kegiatan seni jumlahnya sangat tidak terhitung di kota Bandung ini. Taman tematik ini digagas oleh Bapak Walikota Bandung, Ridwan Kamil. Taman ini berlokasi di antara jalan Belitung dan Sumbawa (samping SMAN 3 dan SMAN 5 Bandung).

1. Taman Fotografi

Taman ini sengaja digunakan untuk memberikan ruang untuk memberikan ruang bagi komunitas fotografi. Taman ini bernama taman fotografi. Sejak jaman dahulu taman ini bernama Taman Cempaka, namun kemudian berganti nama menjadi Taman Tematik Fotografi. Bandung sejak jaman dahulu menjadi tempat tumbuhnya komunitas dari berbagai bidang. Salah satunya adalah komunitas fotografi.

1. Taman Pustaka Bunga

Taman ini sengaja dibuat karena di sekitar lokasi sudah ada kebun yang menjual aneka macam bunga sehingga semakin memanjakan warga yang menyukai keindahan bunga-bunga. Rangkaian tumbuhan dan bunga tertata rapi ditaman ini karena ditangani oleh para profesional di bidang pertamanan.

1. Taman Lansia

Taman ini mempunyai nama lain yaitu Taman Cisangkuy. Taman ini memang disediakan bagi warga senior yang ingin menikmati olah raga ringan ditempat yang sejuk tidak panas serta mudah dijangkau. Taman ini ditumbuhi oleh berbagai pohon rindang yang sudah berusia limapuluh tahun-an. Sesuai dengan nama “lansia” nya. Taman ini juga dilengkapi fasilitas jalan bebatuan timbul yang baik untuk terapi refleksi.

1. Taman Jomblo

Penamaan taman ini memang sesuai dengan pemanfaatan taman yang kerap digunakan dalam aktivitas berkumpul pemuda dan pemudi Bandung. Taman ini dulu sebelum dibangunnya jembatan pasupati, di sekitar lokasi ini ada sebuah taman yang dikenal dengan Taman Cikapayang. Taman tersebut tergusur karena adanya pembangunan jembatan Pasupati yang dirasa lebih penting keberadaannya.

1. Taman Film

Taman ini merupakan taman baru yang dibangun berlokasi di bawah jembatan Pasupati Bandung Wetan. Taman ini menjadi sarana komunitas para sineas kota Bandung. Taman yang dilengkapi layar besar ini diperuntukkan bagi para sineas kota Bandung yang ingin mempromosikan karya-karyanya agar bisa bersentuhan langsung dengan para pengamat dan penggemar film kota Bandung. Taman ini juga ditujukan sebagai ajakan kepada para sineas nasional agar tidak segan membuat film dengan latar belakang atau setting kota Bandung.

1. Taman Alun-Alun

Dahulu taman alun-alun ini kumuh tidak terurus dan banyak sekali pedagang kaki lima yang bebas berjualan di sekitaran taman ini. Pada pertengahan 2014 taman ini mulai di ‘revisi’. Maka dari itu dilakukanlah pembangunan taman ini menjadi lebih baik.

Beberapa contoh taman diatas hanyalah sebagian kecil taman kota yang ada di Bandung. Karena di kota Bandung pada saat ini banyak sekali taman kota yang membuat warga kota Bandung bisa memanfaatkan taman-taman tersebut sesuai dengan fungsinya.

* 1. **Taman Alun-Alun Bandung**

Taman alun-alun ini adalah taman yang paling menarik perhatian warga kota Bandung. Hamparan luas rumput sintetis warna hijau dan terbentang area bermain terbesar yang ada di kota Bandung. Hal tersebut jauh berbeda dari sebelumnya. Taman alun-alun Bandung sangat kumuh tidak terawat. Para pedagang kaki lima menggelar lapak dagangannya di area taman alun-alun tersebut. Dan juga ada area judi kecil-kecilan disekitaran taman. Belum lagi banyaknya pengemis yang meminta-minta dan tak jarang meminta dengan memaksa. Tapi pada masa itu ikon taman alun-alun ini adalah air mancur.

Taman alun-alun ini kini menjadi jauh berbeda setelah di ‘revisi’ oleh pemerintah kota Bandung dalam hal ini oleh Walikota Bandung, Ridwan Kamil. Banyak fasilitas yang dapat dinikmati oleh masyarakat sehingga membuat masyarakat nyaman berada di taman ini dan tentunya menjadi taman yang membuat penasaran banyak orang yang belum pernah mengunjungi taman ini. Di taman ini terdapat berbagai fasilitas yaitu taman bermain anak, kursi-kursi untuk bersantai, halte nyaman dengan menjulang besar tulisan Alun-Alun Bandung.

Wajah taman alun-alun sudah jauh berbeda dan berubah. Taman legendaris yang dulunya pernah dipakai untuk menggantung tahanan hingga dijadikan lapangan sepak bola kini telah di ubah menjadi lebih ‘manis’. Buktinya, banyak pengunjung yang datang. Pengelolaan rumput sintetis sepertinya sudah dipikir matang-matang. Karena jika saja taman ini memakai rumput alami, tak terbayang pasti akan langsung rusak terinjak-injak banyak orang dan akan banyak sampah potongan rumput. Urusan ini memang sang Walikota Ridwan Kamil sangat memahaminya.

* 1. **Fenomenologi**
     1. **Pengertian Fenomenologi**

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainomai* yang berarti “menampak”. *Phainomenon* merujuk pada “yang menampak”. Fenomena tidak lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam 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 langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

* + 1. **Prinsip Dasar Fenomenologi**

**Stanley Deetz** menyimpulkan tiga prinsip dasar fenomenologi dalam buku **Fenomenologi (Little John dan Foss) 2009 halaman 57**:

1. **Pengetahuan ditemukan secara 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 berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi orang tersebut.**
3. **Bahasa merupakan kecenderungan makna. (2009:57)**

Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian yang kita aplikasikan pada bidang-bidang permasalahan yang melibatkan ikon kehidupan yang terjadi pada suatu ruang dan waktu. Ikon tersebut bisa merupakan peristiwa, pengalaman, hidup, proses, trend, atau hal-hal lain yang kental dengan nuansa budaya. Fenomenologi bertujuan mencari refleksi dibalik keseluruhan hal tersebut.

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 melampaui fenomena yang tampak. Alfred Schutz menyempurnakan pandangan tersebut dengan menggabungkan fenomena transcendental dari konsepnya Husserl dengan konsep verstehen-nya Weber. Dengan demikian, fenomena yang ditampakkan individu merupakan refleksi dari pengalaman transcendental dan pemahaman tentang makna atau verstehen.

Bagi Schutz, dan pemahaman kaum fenomenologi, 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 dinamakan Tipikasi. Tipikasi **Alfred Schutz** yang dijelaskan **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi, 2009 halaman 39** adalah 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.**

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 bukunya **Fenomenologi, 2009 halaman 58** adalah sebagai berikut :

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

Maka bisa dikatakan fenomenologi harus dilihat dari sebuah peristiwa yang terjadi berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dalam kehidupan yang dialaminya, sehingga akan menjadi pengalaman yang objektif dan dapat dituangkan secara langsung.

* + 1. **Pemikiran Pokok Fenomenologi**

Fenomenologi menyerukan kembali kepada benda-benda itu sendiri, yaitu upaya untuk menemukan kembali dunia kehidupan. Sanapiah Faisal dalam Bungin (2003:9) mengungkapkan, Fenomenologi pada dasarnya berpandangan bahwa apa yang tampak di permukaan, termasuk pola perilaku manusia sehari-hari hanyalah suatu gejala atau fenomena dari apa yang tersembunyi di “kepala” sang pelaku.

Perilaku apapun yang tampak di tingkat permukaan baru bisa dipahami atau dijelaskan manakala bisa mengungkapkan apa yang tersembunyi dalam dunia kesadaran atau dunia si pelaku. Realitas sesungguhnya bersifat subjektif dan maknawi. Hal tersebut bergantung pada persepsi, pengertian, pemahaman dan anggapan seseorang. Itu terbenam sebagai suatu kompleks gramatika kesadaran di dalam diri manusia. Di situlah letak kunci jawaban terhadap apa yang terekspresi perilaku.

Pemikiran fenomenologi bukan merupakan sebuah gerakan pemikiran yang koheren. Ia mungkin lebih merefleksikan pemikiran dari beberapa filsuf, termasuk diantaranya Edmund Husserl, Maurice Merleu Ponty, Martin Heidegger dan Alfred Schutz. Peneliti pada penelitian ini merujuk pada pemikiran Alfred Schutz yang sering disebut sebagai fenomenologi sosial. Alfred Schutz telah mempunyai pengaruh yang kuat dalam kerja ilmuan sosiologi dan komunikasi.

Alfred Schutz menerima banyak prinsip dasar yang dibangun Husserl, kecuali ajaran tentang penundaan atas kehidupan dunia agar kemurnian dapat diperoleh. Ia membahas cara-cara agar intersubjektivitas kehidupan dunia dapat dipahami. Menurut Schutz, keseharian kehidupan dunia ini dapat dipahami dalam term-term yang kemudian disebutnya sebagai pelambangan yang digunakan untuk mengorganisasikan dunia sosial.

* + 1. **Pendekatan Kualitatif Penelitian Fenomenologi**

Pada dasarnya fenomenologi cenderung untuk menggunakan paradigma penelitian kualitatif sebagai landasan metodologinya. Berikut ini bersumber dari **Moleong 2006:23** diuraikan sifat-sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan membedakannya dari penelitian kuantitatif :

1. **Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia.**
2. **Fokus penelitian adalah pada keseluruhannya, bukan pada bagian yang membentuk keseluruhan itu.**
3. **Tujuan penelitian adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas.**
4. **Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama, melalui wawancara formal dan informal.**
5. **Data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia.**
6. **Pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan, dan komitmen pribadi dari peneliti.**
7. **Melihat pengalaman dan perilaku sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya.**

Sifat-sifat penelitian kualitatif tersebut, akan sejalan dengan ciri-ciri penelitian fenomenologi yang bersumber dari **Sugiono, 2008:30** berikut ini :

1. **Fokus pada sesuatu yang tampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.**
2. **Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.**
3. **Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakkan, dengan intuisi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian dan pemahaman yang hakiki.**
4. **Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskripsi fenomenologi akan sangat dekat dengan kealamiahan (tekstur, kualitas, dan sifat-sifat penunjang) dari sesuatu. Sehingga deskripsi akan mempertahankan fenomena ini seperti apa adanya,dan menonjolkan sifat alamiah dan makna dibaliknya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena “hidup” dalam *term* yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain sama “hidup”-nya antara yang dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indera.**
5. **Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian peneliti fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati.Analoginya peneliti itu menjadi salah satu bagian *puzzle* dari sebuah kisah biografi.**
6. **Integrasi dari subjek dan objek. Persepsi peneliti akan sebanding sama dengan apa yang dilihatnya/didengarnya. Pengalaman akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.**
7. **Investigasi yang dilakukan dalam kerangka intersubjektif, realitas adalah salah satu bagian dari proses secara keseluruhan.**
8. **Data yang diperoleh (melalui berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.**
9. **Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula.**

Penelitian fenomenologi sangat relevan menggunakan penelitian kualitatif daripada penelitian kuantitatif, dalam mengungkapkan realitas yang terjadi di lapangan.