**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

1. **Kajian Literatur**
2. **Review Penelitian Sejenis**

Penelitian terdahulu ini salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang di lakukan. Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Bagian ini dilakukan sebagai pembanding antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Disini penulis mendapatkan satu penelitian sejenis, yaitu :

**Tabel 2.1 Penelitian Pertama**

|  |  |
| --- | --- |
| Judul | Strategi Komunikasi Visual Billboard Erha Clinic Dalam Meningkatkan Minat Konsumen |
| Peneliti | Fina Novi Aftriana |
| Tahun | 2015 |
| Hasil | Diperoleh hasil bahwa strategi komunikasi visual billboard yang dilakukan oleh Erha Clinic dilakukan dengan baik. Sehingga pesan yang ditampilkan oleh Erha Clinic dapat menarik dan meningkatkan minat konsumen. |
| Perbedaan | Metode penelitian, objek dan teori yang berbeda.  |

**Tabel 2.2 Penelitian Kedua**

|  |  |
| --- | --- |
| Judul | Pelestarian Dongeng Bali Melalui Komunikasi Visual |
| Peneliti | Dewa Gede Astana |
| Tahun | 2013 |
| Hasil | Diperoleh hasil bahwa komunikasi visual dilakukan untuk melestarikan dongeng dongeng bali kepada anak-anak di usia 6-12 tahun dilakukan dengan baik sehingga dapat dilestarikan. |
| Perbedaan | Objek yang berbeda, dan menggunakan teori gaya belajar. |

**2.1.2. Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1. Definisi Oprasional**

1. **Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media

1. **Visual**

Visual adalah dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata)

1. **Komunikasi Visual**

Komunikasi visual (komunikasi melalui penglihatan) adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual menkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

1. **Disiplin**

Disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya merupakan tanggung jawabnya. Pendisiplinan adalah usaha usaha untuk menanamkan nilai ataupun pemaksaan agar subjek memiliki kemampuan untuk menaati sebuah peraturan.

1. **Berkendara**

Berkendara merupakan suatu situasi dalam perjalanan menggunakan kendaraan.

1. **Pengendara Bermotor**

Pengendara bermotor adalah seseorang yang mengemudikan atau mengendarai kendaraan bermotor.

**2.1.2.2. Komunikasi**

 Manusia pada hakikatnya adalah mahluk sosial yang selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya karena secara kodratnya manusia tidak bisa hidup sendiri dan harus berdampingan dengan manusia lainnya untuk keberlangsungan hidupnya dan memenuhi kebutuhannya secara luas. Manusia satu dengan lainnya memiliki ciri yang beraneka ragam dan melakukan interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Dari sinilah terjadi saling mengungkapkan pikiran dan perasaaan dalam bentuk percakapan. Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa:

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. (Effendy, 2003, h.28)

Ditinjau dalam “bahasa” komunikasi, maka peryataan tersebut merupakan sebuah pesan yang disampaikan oleh seseorang. Maka orang yang menyampaikan pesan tersebut dinamakan komunikator *(communicator)*, dan yang menerima pernyataan tersebut dinamakan komunikan *(communicate)*. Dengan kata lain, maka dapat ditegaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan juga bahwa:

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin *“communication”*. Istilah ini bersumber dari perkataan *“communis”* yang berarti sama; sama disini maksudnya adalah sama makna atau sama arti”. (Effendy, 2003, h.30)

Komunikasi dapat terjadi saat adanya kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikannya. Jika tidak terdapat kesamaan makna antar keduanya, maka proses komunikasi tidak akan berjalan dengan baik. Kesamaan makna, kesamaan pengalaman antara komunikator dengan komunikan merupakan hal penting dalam menjalin suatu komunikasi, hal ini untuk menghindar timbulnya kesukaran untuk mengerti satu sama lain, dengan kata lain situasi menjadi tidak komunikatif dan menimbulkan miskomunikasi.

Definisi komunikasi menurut Effendy dalam bukunya Dinamika Komunikasi adalah sebagai berikut :

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2005, h.5)

Definisi diatas memberikan gambaran bahwa suatu komunikasi dapat berlangsung jika adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator sebagai penyampaian pesan/informasi dan komunikan sebagai penerima pesan. Artinya disana tidak hanya satu orang pelaku komunikasi saja, melainkan ada dua orang atau lebih. Dengan harapan pesan atau informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi persepsi serta perilaku komunikan, baik dilakukan secara langsung melalui lisan ataupun melalui media sebagai perantara.

**1) Unsur-unsur Komunikasi**

 **(1) Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, source,encoder. Yang semuanya itu adalah sebagai perilaku 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.

 **(2) 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 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, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. (Cangara, 2006, h.23)

 **(3) Media**

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesandari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Cangara, 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. (Cangara, 2006, h.119)

Sedangkan dalam buku Ilmu Komunikasi karya Vardiansyah,

Media bentuk jamak dari medium – 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. (Vardiansyah, 2004 h.24–26)

 **(4) Komunikan**

Komunikan atau penerima pesan adalah pihak yang nantinya akan menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator. Komunikan sebagai elemen yang penting dalam proses komunikasi karena komunikan yang menjadi sasaran dari komunikasi.

 **(5) Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikasinya.Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasi, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu). Efektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu). Oleh sebab itu, pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, tindakan, dan sikap seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan.

 **(6) Feedback (Tanggapan Balik)**

Feedback adalah output yang dihasilkan berupa tanggapan atau respon berupa hasil pengaruh pesan (pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan).Antara komunikator dan komunikan dalam jalinan komunikasi, komunikator menghendaki memperoleh feedback positif, negatif, atau netral.

**2) Fungsi Komunikasi**

Terdapat empat fungsi komunikasi, sebagai berikut:

1. Menginformasikan (to form)

Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

1. Mendidik (to educate)

Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

1. Menghibur (to entertaint)

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2002, h.36)

**2.1.2.3. Komunikasi Visual**

 Komunikasi ini mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

 Berikut istilah-istilah yang berhubungan dengan visual:

1. **Bahasa Visual**

Yakni ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi, yakni kegiatan menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.

1. **Visualiser**

Yaitu orang yang pekerjaanya menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide ke dalam bentuk visual dalam bentuk visual.

1. **Efek Visual**

Membuat efek-efek tipuan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit dilakukan manusia. Misalnya, munculnya seorang dinosaurus atau monster lain yang luar biasa besarnya, efek seolah-olah manusia sedang mendarat di sebuah planet asing, dan sebagainya.

1. **Informasi Visual**

Adalah informasi melalui penglihatan, misalnya lambaian tangan, senyuman, baju baru, mobil baru, dll.

1. **Literasi Visual**

Yaitu kumpulan atau daftar karya visual.

Setiap media komunikasi visual, baik dari segi jenis maupun dari segi bentuk tentunya mengandung karakteristik yang khas satu dengan lainnya. namun kesemuanya memiliki unsur-unsur visual yang sama yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur. Apapun jenis dan bagaimanapun bentuknya, pengenalan tentang unsur-unsur dasar tersebut akan sangat bermanfaat untuk menyajikan media yang optimal.

Adi Kusrianto dalam bukunya *“*Pengantar Desain Komunikasi Visual*”* menyampaikan unsur-unsur visual sebagai berikut :

1. **Titik**

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

1. **Garis**

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan

1. **Bidang**

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri merupakan bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

1. **Ruang**

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

1. **Warna**

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaanya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna diantaranya adalah *Hue* (spektrum warna), *Saturation* (nilai kepekatan) dan *Lightness* (nilai cahaya dari gelap ke terang).

1. **Tekstur**

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan tekstur halus, dengan kesan pantul mengikat dan kusam . Ditinjau dari efek tampilannya tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya, bila suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Misalnya bila dilihat tampak kasar, tetapi ketika diraba ternyata sebalinya, yaitu terasa halus. (Adi Kusrianto, 2006, hal30)

**2.1.2.4. Humas**

Hubungan Masyarakat (Humas) menjadi salah satu bagian dari sebuah perusahaan. Dalam keberadaannya, Humas harus menjaga identitas perusahaan dan mengkomunikasikan informasi kepada publiknya, agar publik menaruh kepercayaan terhadap perusahaan dan memiliki pemahaman tentang perusahaan. Humas sebagai jembatan atau media antara publik dan perusahaan, harus mengetahui apa yang diinginkan publik terhadap perusahaan, dan perusahaan berusaha menjawab apa yang diinginkan oleh publik dengan program-program yang sesuai.

Pada dasarnya tujuan umum dari program-program dan berbagai aktifitas Humas adalah menciptakan hubungan harmonis antar organisasi atau perusahaan dengan publiknya, dan hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif, kemauan baik, saling menghargai, saling pengertian, dan toleransi antara kedua belah pihak. Jika ditinjau secara Umum Humas diartikan sebagai proses interaksi dimana Humas menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing.*

Secara khusus Humas adalah fungsi khusus manajemen yang membantu, membangun, dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.

Jefkins dalam bukunya *“Public relations”* menyampaikan definisi Humas sebagai berikut :

“Menerangkan keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang berlandaskan saling pengertiam”. (Jefkins, 1995, hal.9*)*

Dari definisi diatas memberikan pemahaman bahwa kegiatan dari Humas adalah kegiatan komunikasi yang sasaran komunikasinya adalah untuk publik di dalam organisasi dan publik diluar organisasi, serta kegiatan Humas tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan juga berbagai tujuan khusus lainnya meliputi kegiatan yang berlanjut dari perencanaan dan pengorganisasian untuk memperoleh hubugan baik dan citra positif dari lingkungan eksternal maupun internal. Selain itu, kegiatan seorang Humas meliputi penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya mengubah sikap negatif menjadi positif. Agar menjadi cerminan bagi organisasi tersebut untuk dapat memberikan sikap positif kepada publiknya dan meningkatkan kinerja yang dianggap kurang baik.

Seperti yang telah disampaikan oleh Jefkins, tidak hanya seorang Humas tetapi calon Guberbernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2018 harus mampu menjalin hubungan secara internal maupun eksternal. Artinya disini ialah seorang pemimpin masyarakat dan juga sebagai jembatan antara masyarakat dan institut. Corong atas aspirasi, kritik, saran serta setiap keinginan yang disampaikan masyarakat dapat ditampung dan dikelola dengan baik. Karena seorang pemimpin juga dituntut untuk mampu memahami, menginterpretasikan dan menganalisis maksud dan kemauan komunikannya. Sehingga seorang pemimpin dapat memberikan informasi atau pernyataan-pernyataan yang jelas dan lugas kepada masyarakat sesuai fakta yang ada. Hubungan internal dan eksternal itu sangatlah menentukan citra masyarakat terhadap seorang pemimpin.

1. **Tujuan Humas**

Tujuan Humas secara umum diantaranya ialah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang positif atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan Humas/PR harus dikerahkan ke dalam dan ke luar untuk memperoleh saling pengertian dan memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak lain yang berkepentingan. Kegiatan Humas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan pada hakikatnya merupakan pelaksanaan dari fungsi Humas itu sendiri.

1. **Fungsi Humas**

Humas mempunyai peranan dan fungsi yang berbeda dalam setiap organisasi atau perusahaan. Edward L. Bernay, dalam bukunya *Public relations* (1952, University of Okhlama Press), yang dikutip ulang oleh Rosady Ruslan, SH, MM dalam bukunya yang berjudul Manajemen *Public relations* & Media Komunikasiterdapat tiga fungsi utama Humas, yaitu :

1. Memberikan penerangan
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
3. Upaya mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (Rosady, 2010, hal.18)

Ketiga fungsi diatas menyebutkan bahwa seorang praktisi Humas memiliki tugas untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada masyarakat mengenai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya segala yang berkaitan dengan organisasi. Informasi yang jelas tersebut bertujuan untuk dapat mengubah sikap dan perilaku masyarakat sesuai dengan yang diharapkan, sebagaimana hakikat fungsi seorang Humas. Maka informasi yang disampaikan harus tepat sasaran agar tujuan komunikasi dapat tercapai dan menguntungkan kedua belah pihak berkepentingan.

1. **Ruang Lingkup Humas**

Dalam upaya menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik maka ruang lingkup kegiatan atau tugas Humas pada dasarnya terbagi dua yaitu :

* + - 1. **Publik Internal**

Internal di sini adalah orang-orang yang merupakan bagian dari suatu instansi atau perusahaan tertentu. Dalam hal ini, seorang Humas menjadi PR untuk orang-orang dalam instansi atau perusahaan tersebut, tentunya sesuai dengan jabatan atau kedudukannya masing-masing.

Publik Internal adalah publik yangmenjadi bagian dari perusahaan atau organisasi itu sendiri. seorang Humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

Publik internal terdapat beberapa kriteria yang masuk kedalamnya ialah para karyawan (*employee*) dan para pemegang saham (*stakeholder*). Berdasarkan pengelompokan itu maka terdapatlah “hubungan dengan karyawan” (*employe relations*) dan “hubungan dengan pemegang saham” (*stakekholder relations*).

Effendy dalam bukunya “Human Relationsdan *Public Relations* Dalam *Management*”membagipublikinternalkedalam dua bagian, yaitu Hubungan dengan karyawan (*employee* *relations*), dan Hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*).

* + - 1. **Publik Eksternal**

Publik eksternal adalah publik umum(masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publik terhadap lembaga yang diwakilinya.Peran Humas dalam memelihara arus informasi bersifat dua arah (*two ways* *communication*) yang berorientasi kedalam (*inward looking*) dan keluar(*outward looking*).

Ini adalah tugas Humas untuk menjaga hubungan baik dengan pihak luar. Hal ini untuk menciptakan nama baik yang sangat penting untuk perusahaan atau instansi.

**2.1.3. Kerangka Teoritis**

**2.1.3.1.Teori Interaksi Simbolik**

Teori interaksi simbolik adalah teori yang dibangun sebagai respon terhadap teori-teori psikologi aliran behaviorisme, behaviorisme, etnologi, serta struktural-fungsionalis. Teori ini sejatinya dikembangkan dalam bidang psikologi sosial dan sosiologi dan memiliki seperangkat premis tentang bagaimana seorang diri individu (self) dan masyarakat (society) didefinisikan melalui interaksi dimana komunikasi dan partisipasi memegang peranan yang sangat penting.

Dalam tradisi pendekatan dalam penelitian ilmu komunikasi, teori interaksi simbolik berakar pada semiotika dan fenomenologi. Sehingga dapat dikatakan bahwa interaksionisme simbolik merupakan sebuah teori yang paling berpengaruh dalam sejarah bidang studi komunikasi. Komunikasi adalah proses pembentukan makna melalui pesan, baik pesan verbal maupun pesan nonverbal yang berupa simbol-simbol, tanda-tanda, dan perilaku. Makna sebagai pemahaman pesan yang diberikan oleh orang lain tidak dapat terjadi kecuali kedua belah pihak atau para partisipan komunikasi dapat memperoleh makna yang sama bagi setiap kata, frasa, atau kode verbal yang ada.

Menurut Kuhn dalam Teori Komunikasi Individu hingga Massa dikatakan bahwa :

“Komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri di dalam pikiran kita guna membuat perbedaan di antara benda-benda dan orang. Ketika seseorang membuat keputusan bagaimana bertingkah laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut a plan of action (suatu rencana tindakan) yang dipandu dengan sikap atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap mana tindakan itu akan di arahkan.” (Kuhn, 2013, h.112)

Teori interaksi simbolik bermula dari interaksionisme simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead yakni sebuah perspektif sosiologi yang dikembangkan pada kisaran pertengahan abad 20 dan berlanjut menjadi beberapa pendekatan teoritis yaitu aliran Chicago yang diprakarsai oleh Herbert Blumer, aliran Iowa yang diprakarsai oleh Manford Kuhn, dan aliran Indiana yang diprakarsai oleh Sheldon Stryker.

Ketiga pendekatan teoritis tersebut mempengaruhi berbagai bidang disiplin ilmu salah satunya ilmu komunikasi. Teori interaksi simbolik dapat diterima dalam bidang ilmu komunikasi karena menempatkan komunikasi pada baris terdepan dalam studi eksistensi manusia sebagai makhluk sosial.

Interaksi simbolik sebagai perspektif sosiologi dapat kita runut asal muasalnya saat idealisme Jerman atau pre-Sokratik, dan mulai berkembang pada akhir abad 19 dan awal abad 20 yang ditandai dengan berbagai tulisan dari beberapa tokoh seperti Charles S. Peirce, William James, dan John Dewey. Interaksionisme simbolik lahir ketika diaplikasikan ke dalam studi kehidupan sosial oleh para ahli sosiologi seperti Charles H. Cooley, W.I. Thomas, dan George Herbert Mead. Dari sekian banyak ahli sosiologi yang menerapkan interaksionisme simbolik, Mead-lah yang secara khusus melakukan sistematisasi terhadap perspektif interaksionime simbolik.

George Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk bertindak berdasarkan pemaknaan yang mereka berikan kepada orang lain, benda, dan kejadian. Pemaknaan ini diciptakan melalui bahasa yang digunakan oleh manusia ketika berkomunikasi dengan pihak lain yakni dalam konteks komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal dan komunikasi intrapersonal atau self-talk atau dalam ranah pemikiran pribadi mereka. Bahasa sebagai alat komunikasi memungkinkan manusia mengembangkan sense of self dan untuk berinteraksi dengan pihak lain dalam suatu masyarakat.

Dikarenakan pemikiran Mead tidak pernah dapat dipublikasikan, Herbert Blumer kemudian mengumpulkan, menyunting, dan mempublikasikan pemikiran Mead ke dalam sebuah buku bertajuk Mind, Self, and Society (1937) sekaligus memberikan nama dan mengenalkan istilah teori interaksi simbolik.

Teori interaksi simbolik memiliki tiga konsep utama, yaitu :

1. **Pentingnya makna bagi perilaku manusia**

Teori interaksi simbolik mengasumsikan bahwa makna diciptakan melalui interaksi dan dimodifikasi melalui interpretasi. Teori ini juga mengasumsikan bahwa bagaimana manusia berinteraksi dengan manusia lainnya tergantung pada makna yang diberikan oleh oleh manusia lainnya. Komunikasi yang efektif tidak akan terjadi tanpa adanya makna yang dibagikan. Kita akan mudah berkomunikasi dengan mereka yang memiliki kesamaan bahasa dengan kita dibandingkan dengan jika kita berkomunikasi dengan mereka yang tidak memiliki kesamaan bahasa dengan kita.

Misalnya dalam konteks komunikasi antar budaya. Orang jawa menggunakan kata “jangan” untuk merujuk kata “sayur”. Namun jika orang Betawi ketika sedang makan ditawari sayur oleh orang jawa dengan menyebut “jangan” maka orang Betawi tersebut justru merasa tidak boleh mengambil sayur tersebut. Akibatnya komunikasi menjadi tidak efektif.

1. **Pentingnya konsep diri**

Teori interaksi simbolik mengasumsikan bahwa konsep diri dikembangkan melalui interaksi dengan orang lain dan memberikan motif dalam berperilaku. Menurut William D. Brooks, konsep diri merupakan persepsi tentang diri kita yang bersifat psikologi, sosial, dan fisik yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi dengan orang lain.

Memiliki konsep diri memaksa orang untuk membangun tindakan dan pikiran mereka secara positif dibandingkan hanya sekedar mengekspresikannya kepada orang lain.

1. **Hubungan antara individu dan masyarakat**

Teori ini juga mengasumsikan bahwa budaya dan proses sosial mempengaruhi manusia dan kelompok dan karenanya struktur sosial ditentukan melalui jenis-jenis interaksi sosial. Teori ini mempertimbangkan bagaimana norma masyarakat dan budaya menjadi perilaku individu.

Dalam bukunya Mind, Self, and Society (1934), George Herbert Mead menggambarkan bagaimana pikiran individu dan diri individu berkembang melalui proses sosial. Mead menganalisa pengalaman dari sudut pandang komunikasi sebagai esensi dari tatanan sosial. Bagi Mead, proses sosial adalah yang utama dalam struktur dan proses pengalaman individu. Berdasarkan judul bukunya, maka dalam interaksionisme simbolik terdapat tiga konsep kunci utama yaitu *mind*, *self*, dan *society*.

1. ***Mind***

Menurut Mead, mind berkembang dalam proses sosial komunikasi dan tidak dapat dipahami sebagai proses yang terpisah. Proses ini melibatkan dua fase yaitu conversation (percakapan) dan language (bahasa). Keduanya mengandaikan sebuah konteks sosial dalam dua atau lebih individu yang berinteraksi antara satu dengan yang lainnya.

*Mind* hanya tampil manakala simbol-simbol yang signifikan digunakan dalam komunikasi. *Mind* adalah proses yang dimanifestasikan ketika individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan menggunakan simbol-simbol signifikan yaitu simbol atau gestur dengan interpretasi atau makna. *Mind* juga merupakan komponen individu yang menginteruspsi tanggapan terhadap stimuli atau rangsangan. Adalah *mind* yang meramal masa depan dengan cara mengeksplorasi kemungkinan tindakan keluaran sebelum dilanjutkan dengan tindakan.

1. ***Self***

*Self* diartikan melalui interaksi dengan orang lain. *Self* merujuk pada kepribadian reflektif dari individu. *Self* adalah sebuah entitas manusia ketika ia berpikir mengenai siapa dirinya. Untuk memahami konsep tentang diri, adalah penting untuk memahami perkembangan diri yang hanya mungkin terjadi melalui pengambilan peran. Agar kita bisa melihat diri kita maka kita harus dapat mengambil peran sebagai orang lain untuk dapat merefleksikan diri kita. Pengambilan peran ini merupakan bagian yang sangat penting dalam pengembangan diri. Gambaran mental inilah yang oleh Charles H. Cooley dinamakan dengan *looking glass-self* dan dibentuk secara sosial. Menurut Mead, *self* dikembangkan melalui beberapa tahapan, yaitu :

1. Tahap persiapan – imitasi yang tidak berarti
2. Tahap bermain – terjadi bermain peran namun bukan merupakan konsep yang menyatu dalam perkembangan diri
3. Tahap permainan – merupakan tahap perkembangan diri

Self adalah fungsi dari bahasa. Seorang individu harus menjadi anggota suatu komunitas sebelum kesadaran diri membentuknya. Self merupakan proses yang berlangsung terus menerus yang mengkombinasikan “*I*” dan “*Me*”. Oleh karena itu, dalam self terdiri dari dua bagian, yaitu “*I*” dan “*Me*”.

*I* merupakan diri yang aktif, merupakan kecenderungan impulsif dari diri individu, bersifat spontan, dan juga merupakan aspek dari eksistensi manusia yang tidak terorganisasi.

*Me* merupakan diri yang menjadi objek renungan kita atau merupaka gambaran diri yang dilihat melalui cermin diri dari reaksi yang diberikan oleh orang lain.

Menurut Mead, suatu tindakan diawali dalam bentuk “I” dan diakhiri dalam bentuk “Me”. “I” memberikan tenaga penggerak sementara “Me” memberikan arahan. “I” bersifat kreatif dan spontan yang tersedia bagi perubahan dalam masyarakat. Karenanya dalam konsep *self* adalah sesuatu yang kuat dan komprehensif memahami bagaimana fungsi manusia dalam masyarakat dan fungsi masyarakat itu sendiri. Konsep tersebut juga sekaligus menunjukkan hubungan antara individu dan masyarakat.

Menurut Bernard M. Meltzer terdapat 3 (tiga) implikasi dari kepribadian (*selfhood*), yaitu :

1. Kepemilikan diri membuat individu dari sebuah masyarakat dalam bentuk miniatur, manusia dapat melibatkan diri dalam interaksi, mereka dapat memandang diri mereka sendiri dalam cara pandang yang baru.
2. Kemampuan untuk bertindak terhadap diri sendiri membuat kemungkinan sebuah pengalaman batin yang tidak perlu mencapai ekspresi secara terang-terangan, manusia dapat memiliki kehidupan mental.
3. Seorang individu dengan dirinya dapat mengarahkan dan mengendalikan perilakunya.
4. ***Society***

*Society* atau masyarakat dibentuk melalui interaksi antar individu yang terkoordinasi. Menurut Mead, interaksi yang tejadi pada manusia menempati tingkatan tertinggi bila dibandingkan makhluk lainnya. Hal ini dikarenakan digunakannya berbagai macam simbol signifikan. Meskipun terkadang manusia memberikan respon atau tanggapan secara otomatis dan tanpa berpikir panjang terhadap gestur manusia lainnya, interaksi manusia ditransformasikan dengan kemampuannya untuk membentuk dan menginterpretasikan secara langsung dengan menggunakan sistem simbol konvensional.

Komunikasi manusia memiliki makna dalam gerakan simbolik dan tidak meminta tanggapan langsung. Manusia harus menafsirkan setiap gerakan dan menentukan makna mereka. Dikarenakan komunikasi manusia melibatkan interpretasi dan penugasan makna maka hal tersebut dapat terjadi ketika ada consensus dalam makna. Makna simbol hendaknya dibagikan dengan manusia lainnya.

Makna bersama selalu terjadi melalui pengambilan peran. Untuk menyelesaikan suatu tindakan, pelaku harus menempatkan dirinya pada posisi orang lain. Perilaku dipandang sebagai sosial tidak hanya ketika memberikan respon terhadap orang lain melainkan juga ketika telah tergabung di dalam perilaku orang lain. Manusia menanggapi diri mereka sebagaimana orang lain menanggapi mereka dan dengan demikian mereka berbagi perilaku orang lain secara imaginer.

**2.1.3.2 Hubungan antara Teori Interaksi Simbolik dengan Judul**

Para pengendara kendaraan bermotor di Soreang, Kabupaten Bandung memiliki sifat berkendara yang berbeda-beda, ada yang patuh akan peraturan demi menjaga kedisiplinan dan ada yang tidak patuh dan acuh terhadap peraturan yang ada. Melalui teori Interaksi Simbolik, peneliti ingin mengatahui apa *mind, self, society* para pengendara terhadap rambu lalu lintas yang menjadi salah satu pesan visual untuk menjaga kedisiplinan para pengendara bermotor. Karena para pengendara bermotor akan melihat, lalu memahami rambu lalu lintas dan akan berbicara dengan diri sendiri pikiran (*mind*), lalu untuk melakukan tindakan apa yang akan di lakukanya (self), dan akan mencontoh kan sifatnya itu kepada para pengendara bermotor lain untuk tetap disiplin dalam berkendara (*society*).

**2.2. 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 penelitian ini, teori interaksi simbolik George Herbert Mead berfungsi sebagai acuan dan batasan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

**Gambar 1.1**

**Gambar Kerangka Pemikiran**

**KOMUNIKASI VISUAL DALAM DISIPLIN BERKENDARA DI SOREANG KABUPATEN BANDUNG**

**TEORI INTERAKSI SIMBOLIK**

**(GEORGE HERBERT MEAD)**

***Mind***

**(Pikiran)**

***Society***

**(Masyarakat)**

***Self***

**(Diri)**

**Sumber : Modifikasi Peneliti dan Pembimbing, 2018**