

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat sambil mempelajari teori yang digunakan dalam penelitian sebelumnya untuk mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Bagian ini sebagai proses perbandingan penelitian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah ada. Dan peneliti menemukan beberapa penelitian yang sejenis.

Penelitian pertama yang sejenis adalah penelitian yang berjudul Fenomena Nganggung Pada Perayaan Hari Besar Islam Di Bangka. Penelitian ini dilakukan oleh Derni Oktafiani mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena Nganggung yang terjadi di Bangka dalam perayaan hari besar Islam, bagaimana peran masyarakat sekitar tersebut dalam memberikan makna pada tradisi yang sudah dilakukan sejak lama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut adalah bahwa tradisi Nganggung membuat para warga sekitar bersyukur akan adanya kekayaan alam yang melimpah dan memberikan dampak yang baik untuk mempererat tali silaturahmi antar sesama.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu “Tradisi Mengais Koin di Jembatan Sewo Perbatasan Subang – Indramayu Jawa Barat” adalah sama-sama menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz, dan sama-sama membahas tradisi kebudayaan yang ada di daerah sekitar peneliti.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu merupakan sebuah tradisi yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu, dan tradisi tersebut memberikan dampak yang baik bagi masyarakat sekitar. Sedangkan untuk penelitian ini tradisi tersebut dilakukan setiap hari oleh sebagian masyarakat yang sedang membutuhkan uang untuk kehidupannya sehari-hari.

Penelitian kedua yang sejenis adalah penelitian yang berjudul Fenomena Pernikahan Beda Agama yang dilakukan oleh Roi Putra Pandapotan P mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan masyarakat Kota Bandung dalam pernikahan beda agama yang dilakukan oleh agama Protestan dan agama Islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut adalah walaupun dalam sisi agama hal ini dilarang, namun bila melihat dari realitas sosial, masyarakat tidak terlalu mempermasalahkan pernikahan beda agama, bahkan ada beberapa masyarakat yang mendukung bahkan sampai membantu proses pernikahan beda agama.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz, dan sama-sama menggunakan wawancara sebagai salah satu prosedur pengumpulan data.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas pernikahan beda agama yang ada di Kota Bandung, khususnya untuk agama Islam dan Protestan. Sedangkan untuk penelitian ini tidak ada unsur agama apapun dalam penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Derni Oktafiani, Fenomena Nganggung Pada Perayaan Hari Besar Islam Di Bangka	Teori Fenomenologi (Alfred Schutz)	Kualitatif	Sama-sama menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz, dan sama-sama membahas tradisi	Penelitian ini merupakan sebuah tradisi yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu, dan tradisi

			kebudayaan yang ada di daerah sekitar peneliti.	tersebut memberikan dampak yang baik bagi masyarakat sekitar
Roi Putra Pandapotan, Fenomena Pernikahan Beda Agama	Teori Fenomenologi (Alfred Schutz)	Kualitatif	Sama-sama menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz, dan sama-sama menggunakan wawancara sebagai salah satu prosedur pengumpulan data	Dalam penelitian ini subjek yang digunakan membahas tentang pasangan suami dan istri yang berbeda agama.

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu aktivitas pokok bagi manusia. Dengan adanya komunikasi, manusia yang satu dengan yang lain akan saling berhubungan dalam kehidupan sehari-hari baik dilingkungan masyarakat, dikantor, disekolah, disuper market, dimall, atau dimanapun manusia berada. Manusia akan selalu terlibat dalam hal berkomunikasi, karena dengan adanya komunikasi semua hal yang ingin disampaikan dapat tersalurkan.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, atau ide dari seorang komunikator kepada seorang komunikan. Komunikasi dapat dilakukan melalui media atau saluran, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, menggunakan verbal maupun non-verbal dengan tujuan menimbulkan suatu pesan-pesan tertentu.

Para pakar komunikasi menurut buku Deddy Mulyana yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* mengemukakan fungsi yang berbeda-beda, meskipun terdapat beberapa kesamaan dan saling tumpang tindih diantara berbagai pendapat tersebut. Thomas M. Scheidel (2013:4) mengemukakan bahwa manusia berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, agar dapat membangun kontak sosial dengan orang disekeliling kita, dan agar dapat mempengaruhi orang lain untuk bisa merasa, berpikir, atau berperilaku seperti apa yang kita inginkan. Namun menurut Scheidel tujuan dasar komunikasi adalah agar dapat mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi kita.

Gordon I. Zimmerman (2013:4) merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori. Pertama, manusia berkomunikasi agar dapat menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan manusia masing-masing, seperti memberi makan dan pakaian kepada diri-sendiri, memuaskan kepenasaran manusia akan lingkungan, dan untuk menikmati hidup. Kedua, manusia berkomunikasi agar dapat terciptanya dan membangun hubungan dengan manusia lain.

Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan manusia dengan sesama.

Rudolph F. Verderber (2013:5) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi, Pertama, fungsi sosial: bertujuan untuk kesenangan, menunjukkan ikatan dengan sesama, membangun, dan memelihara suatu hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan: bertujuan untuk memutuskan apakah ingin melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat-saat tertentu.

Menurut Verderber, sebagian keputusan ini dibuat sendiri, dan sebagian lagi dibuat setelah berdiskusi dengan orang lain. Sebagian keputusan memiliki sifat emosional, dan sebagian lagi melalui pertimbangan yang matang. Semakin penting sebuah keputusan maka akan semakin berhati-hati pula dalam mengambil tahapan yang akan dilalui untuk membuat keputusan.

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (2013:5) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum, yang pertama, untuk kelangsungan hidup individu, meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran, menampilkan diri sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan dengan orang lain dan mengembangkan keberadaan kelangsungan hidup suatu masyarakat.

Menurut Porter & Samovar yang dikutip dari Ahmad Sihabudin dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antar Budaya menyatakan bahwa:

“Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi.” (2012:14)

Menurut Rogers & D. Lawrence Kincaid yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.” (2012:22)

Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan saling berbagi makna dan sikap. Tanpa adanya komunikasi maka tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan

komunikasi berperan penting dalam menjelaskan kebersamaan tersebut. Oleh karena itu, komunitas juga membagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, bahasa, dan masing-masing bentuk tersebut mengandung sebuah gagasan, sikap, perspektif, dan pandangan yang kuat dalam sejarah komunitas tersebut. (Deddy Mulyana, 2013:46)

Kita dapat memperkirakan nilai dan norma yang dianut individu lain berdasarkan kelompok mereka masing-masing. Jika seseorang lama belajar di pesantren, maka kita dapat memperkirakan sikap dan perilakunya, contohnya dalam pengetahuan agama relatif luas, penampilannya sederhana, dan lebih rajin dalam beribadah. Meskipun perkiraan tidak selalu benar, namun terkadang sifat dan tindakan dapat terlihat bagaimana seseorang itu dalam lingkungannya.

Sebagian hambatan dalam berkomunikasi berasal dari fakta bahwa kelompok-kelompok budaya atau subkultur dalam suatu budaya mempunyai perangkat norma berlainan. Misalnya, terdapat perbedaan dalam norma-norma komunikasi antara warga militer dengan warga sipil, kaum konservatif dengan kaum radikal, penduduk kota dengan penduduk desa, warga Muhammadiyah dengan warga Nahdlatul Ulama (NU), bahkan antara generasi tua dengan generasi muda.

Kesalahpahaman hampir tidak dapat dihindari jika sebuah fakta atau rangsangan komunikasi yang sama dipersepsi secara berbeda oleh kelompok-kelompok yang berbeda kultur. Namun ini bukan berarti jika sebuah perbedaan itu buruk. Kematangan dalam budaya ditandai dengan toleransi atas perbedaan.

Mengutuk orang lain hanya karena mereka berbeda adalah tanda bahwa manusia adalah makhluk yang buruk.

2.1.2.1.1. Fungsi Komunikasi

Fungsi suatu peristiwa komunikasi (dalam Deddy Mulyana, 2013:5) yang dikemukakan William I. Gordon tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan. Keempat fungsi tersebut meliputi komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental, yang tidak saling meniadakan.

1) Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya dapat menunjukkan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan menjalin hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita dapat bekerja sama dengan seluruh manusia yang ada di bumi untuk mencapai suatu tujuan bersama. Tanpa adanya komunikasi, orang tidak akan tahu cara untuk memahami situasi yang sedang dihadapi. Intinya melalui komunikasi manusia dapat mengetahui bagaimana cara untuk makan dan minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia yang lainnya secara beradab, karena cara-cara tersebut harus dipelajari

dari pengasuhan keluarga yang baik dan pergaulan dengan lingkungannya.

2) Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sendiri maupun dengan orang lain. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, melainkan dapat dilakukan sejauh mana komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut dapat dikomunikasikan melalui komunikasi non-verbal. Perasaan sayang, peduli, sayang, rindu, cinta, simpati, gembira, sedih, marah, kecewa, takut, prihatin, dan benci dapat disampaikan melalui kata-kata, terutama melalui perilaku non-verbal.

3) Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara yang berbeda sepanjang tahun dan sepanjang hidup, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan,, hingga upacara perkawinan. Dalam acara tersebut manusia mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Mereka yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, maupun agama masing-masing. Yang terpenting dalam kegiatan tersebut adanya perasaan senasib dalam yang menyertainya,

perasaan bahwa anggota saling terikat, diakui, dan diterima dengan baik oleh kelompok, bahkan oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri yang bersifat abadi.

4) Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, mengubah perilaku, dan juga menghibur. Bila diringkas maka semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahu atau menerangkan mengandung muatan persuasif yang dalam artian bahwa pembicara menginginkan pendengar agar mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak hanya digunakan untuk menciptakan dan membangun suatu hubungan, tetapi juga dapat digunakan untuk menghancurkan. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan pribadi dan pekerjaan, baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek.

Tujuan jangka panjang dapat dicapai melalui keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berdiskusi, berbahasa asing, atau keahlian menulis.

Sedangkan tujuan jangka pendek untuk mendapatkan pujian, menimbulkan kesan yang baik, mendapatkan simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, politik, yang dapat diperoleh dari

pengelolaan kesan (*impression management*), yaitu taktik verbal dan non-verbal, seperti berbicara dengan sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya. Taktik itu sering kita lihat saat orang sedang melakukan sebuah kampanye politik.

Dua tujuan tersebut saling berkaitan, yang artinya bahwa pengelolaan kesan secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya dalam mendapatkan jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

Keempat fungsi diatas tidak benar-benar terpisah antara satu dengan yang lain, walaupun saling berhubungan, namun tetap ada satu fungsi yang dominan.

2.1.2.1.2. Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor dari luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari:

- 1) Aspek bersifat fisik, berupa iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang ada untuk menyampaikan informasi.
- 2) Aspek psikologis, seperti sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi.
- 3) Aspek sosial, seperti norma kelompok, norma sosial, dan karakteristik budaya.

- 4) Aspek waktu, yaitu kapan waktu yang tepat untuk melakukan komunikasi (hari apa, dan jam berapa).

2.1.2.1.3. Model Komunikasi

Sejauh ini terdapat ratusan model komunikasi yang telah dibuat oleh para pakar. Kekhasan suatu model komunikasi juga dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melingkunginya.

1) Model S – R

Model stimulus – respons (S – R) adalah model komunikasi yang paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Bila seorang laki-laki mengedipkan matanya kepada seorang perempuan, lalu perempuan itu tersipu malu atau tersenyum, itulah hasil dari pola S – R. Jadi model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan – tulisan), isyarat-isyarat non-verbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu.

2) Model Aristoteles

Model Aristoteles merupakan model komunikasi yang paling klasik, sering juga disebut dengan model retorik (*rhetorical model*). Komunikasi terjadi ketika seseorang menyampaikan informasi kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Lebih tepatnya, ia

mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*). Fokus komunikasi yang telah ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik, atau yang kini biasa disebut dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato.

3) Model Lasswell

Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan. Unsur pesan (*says what*) merupakan bahan untuk analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak. Sementara unsur pengaruh (*with what effect*) jelas berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa.

4) Model Shannon dan Weaver

Model ini menyoroiti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model tersebut melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang mencipta-ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan.

2.1.2.1.4. Unsur Komunikasi

Unsur atau elemen merupakan salah satu bagian yang digunakan untuk membangun suatu badan. Kita tidak bisa menyebut sebuah bangunan itu rumah jika rumah itu tidak memiliki dinding, lantai, pintu, atap, dan jendela. Dalam ilmu pengetahuan unsur adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*). Terdapat beberapa unsur dalam komunikasi yang terdiri dari:

1) Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh sebab itu, komunikator juga biasa disebut dengan pengirim, sumber, *source* atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Maka dari itu, seorang komunikator harus terampil dalam berkomunikasi, dan juga memiliki banyak ide serta penuh dengan kreativitas.

2) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan melalui media komunikasi maupun secara tatap muka.

3) Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan dari komunikator kepada khalayak. Menurut beberapa pandangan pakar psikologi dalam komunikasi antar manusia, yang paling mendominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

4) Komunikan

Komunikan merupakan pihak penerima pesan dari komunikator dalam sebuah proses komunikasi

5) Efek

Efek komunikasi dapat diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan dari pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, pertama kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), kedua afektif (sikap seseorang terbentuk), dan yang ketiga konatif (tingkah laku).

Komunikasi saat ini didefinisikan sebagai proses dinamik transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimanya dengan sengaja menyadari (*to code*) perilaku mereka untuk dapat menghasilkan sebuah pesan yang mereka salurkan melalui suatu saluran (*channel*) agar merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu. Dalam transaksi harus dimasukkan semua stimull sadar tidak sadar, sengaja tidak disengaja, verbal dan non-verbal, dan kontekstual yang berperan sebagai isyarat kepada sumber dan penerima tentang kualitas dan kredibilitas sebuah pesan.

Menurut Porter & Samovar (2013:16-17) yang dikutip dari Ahmad Sihabudin dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antar Budaya, menyebutkan bahwa dari definisi tersebut dapat diidentifikasi ada 8 unsur khusus komunikasi dalam konteks yang sengaja, yaitu:

1) Sumber (*source*)

Kebutuhan dari berbagai informasi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.

2) Penyandian (*encoding*)

Proses untuk merangsang perilaku baik secara verbal maupun non-verbal agar dapat menciptakan suatu pesan.

3) Pesan (*message*)

Hasil dari sebuah penyandian dalam bentuk verbal maupun non-verbal.

4) Saluran (*channel*)

Penghubung komunikasi antara sumber dan penerima.

5) Penerima (*receiver*)

Orang yang menerima informasi.

6) Penyandian balik (*decoding*)

Penerima menetapkan makna pada lambang yang disampaikan dari informan.

7) Respons penerima (*receiver respons*)

Penerima melakukan reaksi setelah menerima informasi.

8) Umpan balik (*feedback*)

Tanggapan penerimaan pesan yang disampaikan oleh informan.

Komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus berjalan dengan efektif. Maka dari itu, komunikasi yang terjadi harus memiliki kesamaan makna antara keduanya, sehingga dapat terjadinya umpan balik (*feedback*). Di samping itu, media yang tepat juga sangat mempengaruhi efektif atau tidaknya komunikasi yang sedang terjadi. Keberhasilan komunikasi juga dapat dilihat dari baik tidaknya hubungan yang ada di antara orang-orang yang terlibat.

2.1.2.1.5. Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari tentu memiliki tujuan yang berbeda-beda. Menurut Effendy (2003:8) dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan tujuan-tujuan dari komunikasi sebagai berikut:

- 1) Perubahan Sikap (*Attitude change*).
- 2) Perubahan Pendapat (*Opinion change*).
- 3) Perubahan Perilaku (*Behavior change*).
- 4) Perubahan Sosial (*Social change*).

Menurut tujuan komunikasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi dapat mengubah sikap, opini, perilaku, dan sosial seseorang agar tujuan sebuah komunikasi dapat tercapai.

2.1.2.2 Definisi Opini Publik

Opini publik berasal dari dua kata yang berbahasa Latin, yaitu "*opinari*" dan "*publicus*". *Opinari* yang berarti berpikir atau menduga. Kata *opinion* sendiri

mengandung akar kata *onis* yang berarti harapan. Kata *opinion* sendiri dalam bahasa Inggris berhubungan erat dengan kata *option* dan *hope*, yang berasal dari bahasa Latin *optio* yang berarti harapan. Sedangkan *publicus* yang berarti “milik masyarakat luas”. Dengan demikian, hubungan antara kedua kata itu menyangkut hal-hal seperti dugaan, perkiraan, harapan, dan pilihan yang dilakukan oleh banyak orang. Memahami opini seseorang, apalagi jika itu adalah sebuah opini publik, bukanlah sesuatu yang mudah dan sederhana. Opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian.

Opini publik merupakan kumpulan pendapat dari beberapa individu terhadap sebuah masalah tertentu yang dapat mempengaruhi suatu kelompok masyarakat. Definisi lain menyebutkan bahwa opini publik mewakili suatu kesepakatan, dan kesepakatan dimulai dari sikap individu-individu terhadap issue yang masih simpang siur.

Menurut Leonard W. Doob yang dikutip dari Soleh & Elvinaro dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Public Relations, menyebutkan bahwa:

“Pengertian opini publik adalah sikap orang-orang mengenai sesuatu soal, dimana mereka merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama.” (2012:103)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa opini publik sangat berhubungan erat dengan sikap manusia baik secara pribadi maupun sebagai suatu anggota dalam kelompok. Doob mengemukakan bahwa yang membentuk opini publik itu sendiri adalah sikap pribadi seseorang atau sikap kelompoknya, karena sikap tersebut ditentukan oleh pengalaman dalam lingkungan.

Menurut Seitel (dalam Soleh & Elvinaro, 2012:104) menyebutkan bahwa sikap didasarkan pada sejumlah karakteristik, yaitu:

- 1) Personal, secara fisik, unsur emosional suatu individu termasuk kondisi, usia, dan status sosial.
- 2) Cultural, lingkungan dan gaya hidup dalam area geografis tertentu, seperti Jepang berbeda dengan orang Amerika atau orang desa di Amerika berbeda dengan orang kotanya.
- 3) Pendidikan, tingkat dan kualitas pendidikan seseorang.
- 4) Familial (*people's root*), semacam akar rumput orang-orang.
- 5) Religi, suatu sistem kepercayaan tentang Tuhan atau supernatural.
- 6) Tingkatan sosial, posisi dalam masyarakat. Perubahan status sosial yang dimiliki orang-orang.
- 7) Ras, asal etnis/suku.

Karakteristik diatas memberikan pengaruh terhadap suatu bentuk sikap dan juga faktor-faktor lainnya seperti pengalaman, tingkat ekonomi, sikap politik dan anggota suatu organisasi. Sikap dan perilaku seseorang adalah situasional, yang berarti bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh issue-issue dalam situasi tertentu. Meskipun begitu, jika yang lain memiliki sikap dan pendapat yang sama, maka suatu kesepakatan atau opini publik itu akan muncul.

John Dewey dalam Effendy (1992) yang dikutip dari Soleh & Elvinaro, mendefinisikan publik sebagai sekelompok individu yang dipengaruhi oleh suatu

kegiatan atau sebuah gagasan khusus. Cutlip & Center menyebutkan bahwa publik adalah sebuah kata benda kolektif bagi sekelompok individu yang sama-sama terikat oleh kepentingan dan menunjukkan suatu perasaan yang sama.

Opini menurut Cutlip & Center (2012:105) sebagai pengekspresian suatu sikap terhadap persoalan yang mengandung pertentangan (*the expression on a controversial issue*). Jadi, opini mengandung sebuah pertentangan dan perselisihan, berbeda dengan fakta yang diterima secara umum.

Definisi menurut Marian D. Irish dan James W. Prothro yang dikutip dari Soleh & Elvinaro, menyebutkan bahwa opini publik merupakan ekspresi sikap mengenai persoalan masyarakat, definisi tersebut mencakup tiga aspek sebagai berikut:

1) Ekspresi

Sikap yang tidak diekspresikan bukanlah opini publik, sebab sikap adalah predisposisi internal yang tidak bisa diobservasi secara langsung. Untuk menjadi aspek dari opini publik, sikap harus dikomunikasikan kepada orang lain. Sementara ahli lain menyebutk sikap sebagai opini publik yang tersembunyi.

2) Persoalan (*issue*)

Yang dimaksud persoalan atau issue di sini ialah yang mengandung pro dan kontra, setuju atau tak setuju. Karena ciri pro dan kontra itulah, suatu opini selalu mengenai objek yang dapat menimbulkan tanggapan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan.

3) Kemasyarakatan

Opini publik lebih banyak bersangkutan dengan kemasyarakatan. Opini publik menunjukkan opini perseorangan secara terpadu. Leonard W. Doob mengatakan opini publik merujuk pada sikap orang-orang mengenai persoalan masyarakat apabila mereka dari kelompok sosial yang sama. Emory S. Bogardus mengatakan opini publik bisa merupakan bentuk yang diperbesar dari opini perseorangan atau lebih anggota suatu kelompok, atau dapat merupakan ekspresi yang diperluas dari opini kelompok. Bernard Berelson menyebutkan opini publik adalah beberapa jenis persoalan masyarakat, yang ditampilkan untuk menarik perhatian beberapa jenis orang dalam beberapa jenis kondisi, menimbulkan beberapa jenis efek. (2012:106)

Dari beberapa definisi tersebut, secara umum dapat disimpulkan dan dirumuskan oleh Effendy (dalam Soleh & Elvinaro, 2012:107) sebagai berikut: opini publik merupakan efek komunikasi yang terbentuk dalam pernyataan yang bersifat kontroversial dari sejumlah orang sebagai bentuk pengekspresian sikap terhadap masalah sosial yang menyangkut kepentingan umum. Jadi, opini publik muncul dalam masyarakat karena ada persoalan yang menyangkut kepentingan bersama, tetapi pendapat orang-orang yang terlihat ternyata tidak semuanya sama,

ada pihak yang setuju dan ada juga pihak yang tidak setuju, sehingga menimbulkan pergunjingan.

2.1.2.3 Definisi Tradisi

Tradisi dalam bahasa Latin "*traditio*" yang berarti diteruskan atau kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama. Hal yang paling mendasar dalam pengertian tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik secara tertulis maupun secara lisan, karena tanpa adanya informasi yang dilakukan secara turun temurun maka suatu tradisi dapat mengalami kepunahan.

Tradisi dalam pengertian yang lain adalah adat-istiadat atau kebiasaan turun temurun yang masih dilakukan dalam kelompok masyarakat. Biasanya akan muncul sebuah penilaian dari masyarakat bahwa cara-cara yang sudah ada merupakan cara yang terbaik untuk menyelesaikan sebuah persoalan. Sebuah tradisi biasanya tetap dianggap sebagai cara yang terbaik selama belum ada alternatif yang lainnya.

Seseorang akan merasa yakin bila tindakannya adalah merupakan suatu hal yang baik dan benar, jika ia bertindak atau mengambil keputusan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Sebaliknya, jika ia merasa tidak yakin bahwa tindakannya salah atau keliru, maka ia tidak akan dihargai oleh masyarakat karena ia telah melakukan sesuatu yang diluar dari tradisi atau kebiasaan dalam

masyarakatnya. Berdasarkan pengalaman kebiasaannya tersebut, maka ia akan mengetahui mana yang menguntungkan dan mana yang tidak menguntungkan, sehingga dimanapun masyarakatnya tindakan cerdas atau kecerdikan seseorang bertitik tolak pada tradisi masyarakatnya.

Penjelasan di atas akan dapat dengan mudah dipahami bahwa sikap tradisional merupakan bagian terpenting dalam sistem transformasi nilai-nilai kebudayaan. Manusia harus menyadari bahwa masyarakat berfungsi sebagai penerus sebuah budaya dari generasi ke generasi selanjutnya secara dinamis. Hal tersebut memiliki arti proses pewarisan kebudayaan merupakan sebuah interaksi langsung dari generasi tua kepada generasi muda berdasarkan nilai dan norma yang berlaku.

Realitas budaya Indonesia dengan berbagai macam suku dan bangsa yang berbeda, serta agama dan aliran yang berbau mitos merupakan dasar kehidupan sosial dan budaya. Sejarah membuktikan bahwa bangsa Indonesia sudah sejak dulu mempercayai adanya kekuatan ghaib yang mengatur alam ini. Kekuatan ghaib tersebut ada yang menguntungkan ada juga yang merugikan. Berdasarkan keyakinan tersebut manusia senantiasa berusaha melembutkan hati pemilik kekuatan ghaib dengan cara mengadakan upacara ritual, ziarah, dan sesaji, termasuk pementasan seni yang melibatkan orang-orang tertentu.

Tradisi mengais koin yang terjadi di Jembatan Sewo perbatasan Subang – Indramayu merupakan salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sejak puluhan tahun yang lalu. Tradisi itu berawal dari sebuah mitos yang

beredar di kalangan masyarakat jika pengendara mobil ataupun motor tidak melemparkan sejumlah koin ke jembatan tersebut maka mereka akan celaka. Masyarakat pun akhirnya memanfaatkan kesempatan itu untuk mengambil atau mengais koin dari jembatan dengan menggunakan beberapa ranting yang diikat dengan karet. Kegiatan tersebut akhirnya menjadi sebuah kebiasaan atau tradisi yang hingga saat ini masih terus dilakukan oleh masyarakat sekitar.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Definisi Fenomenologi

Fenomenologi pada awalnya merupakan kajian filsafat dan sosiologi. Edmund Husserl sebagai penggagas utama menginginkan fenomenologi dapat melahirkan ilmu yang bisa bermanfaat bagi kehidupan manusia. Kemudian, fenomenologi berkembang sebagai semacam metode riset yang diterapkan kedalam berbagai ilmu sosial, termasuk komunikasi.

Dalam pengertian yang sederhana, sebenarnya kita pada waktu-waktu tertentu mempraktikkan fenomenologi dalam kehidupan sehari-hari. Kita mengamati fenomena, membuka diri, membiarkan fenomena itu terlihat pada kita, lalu kita memahaminya. Kita memahami dalam perspektif fenomena itu sendiri, bagaimana ia “bercerita” kepada kita.

Menurut Kuswarno dalam bukunya yang berjudul Fenomenologi, mengatakan bahwa:

“Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam

kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).” (2009:2)

Jadi fenomenologi merupakan ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari kenyataan yang terlihat.

Alfred Schutz membuat model tindakan manusia melalui proses yang disebut dengan “tindakan”. Tindakan menurut Kuswarno dalam buku Fenomenologi mengatakan “Sejauh ini tindakan mengacu pada tindakan manusia dalam menjalin hubungan yang satu dengan yang lain dan lingkungannya.” (2009:39)

Tujuan utama fenomenologi adalah untuk mempelajari bagaimana fenomena di alami kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena itu diterima secjadwal penelitianara estetis atau fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan dengan orang lain. Walaupun makna yang diciptakan dapat di telusuri dari pengalaman, karya, dan aktivitas yang di lakukan, tetapi tetap saja ada peran orang lain didalamnya.

Ada dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi, yaitu fenomenologi transendental (Husserl) dan fenomenologi sosial (Schutz). Dari dua garis besar tersebut, terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yaitu:

- 1) Prinsip yang paling dasar dari fenomenologi secara jelas dihubungkan dengan idealisme, yang merupakan bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal, tetapi dalam diri kesadaran setiap individu.
- 2) Makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Artinya, makna yang berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian-kejadian tertentu dalam hidup.
- 3) Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalui bahasa.

Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat yang signifikansi, namun bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan dibahas.

Husserl memahami fenomenologi sebagai suatu analisis deskriptif serta introspeksi mengenai kedalaman dari semua bentuk kesadaran dan pengalaman-pengalaman yang langsung. Perhatian filsafat hendaknya dapat difokuskan pada penelitian tentang kehidupan dunia dan kehidupan batiniah. Penelitian ini hendaknya menekankan pada watak intensional kesadaran, dan tanpa mengandalkan praduga konseptual dari ilmu-ilmu empiris.

Teori Schutz juga sering dijadikan acuan dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz pemikiran dan ide abstrak Husserl dapat dijelaskan dengan lebih

mudah untuk dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum, yaitu:

1) Dalil Konsistensi Logis (*the postulate of logical consistency*)

Konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari. Apakah dapat dipertanggungjawabkan atau tidak.

2) Dalil Interpretasi Subjektif (*the postulate of subjective interpretation*)

Peneliti harus dapat memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam sebuah bentuk tindakan nyata. Yang artinya, peneliti harus bisa memposisikan diri secara subjektif dalam melakukan penelitian agar benar-benar dapat memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

3) Dalil Kecukupan (*the postulate of adequacy*)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk dapat membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran juga dapat digunakan untuk memperjelas makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan sikap terhadap dunia dalam kehidupan sehari-hari.

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya adalah:

- 1) *Umwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung dari dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam kehidupan sehari-hari.
- 3) *Folgewelt*, dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
- 4) *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur atau pendahulu kita.

Bagi kebanyakan para ahli, fenomenologi itu naif. Mereka menganggap bahwa kehidupan dibentuk oleh kekuatan-kekuatan yang kompleks dan saling berhubungan satu sama lain, namun hanya ada beberapa diantaranya saja yang mengetahui dengan sadar pada satu waktu. Manusia tidak dapat menginterpretasikan sesuatu dengan sadar hanya dengan melihat dan

memikirkannya. Pemahaman yang sesungguhnya datang dari analisis yang cermat terhadap sistem efek.

2.2 Kerangka Pemikiran

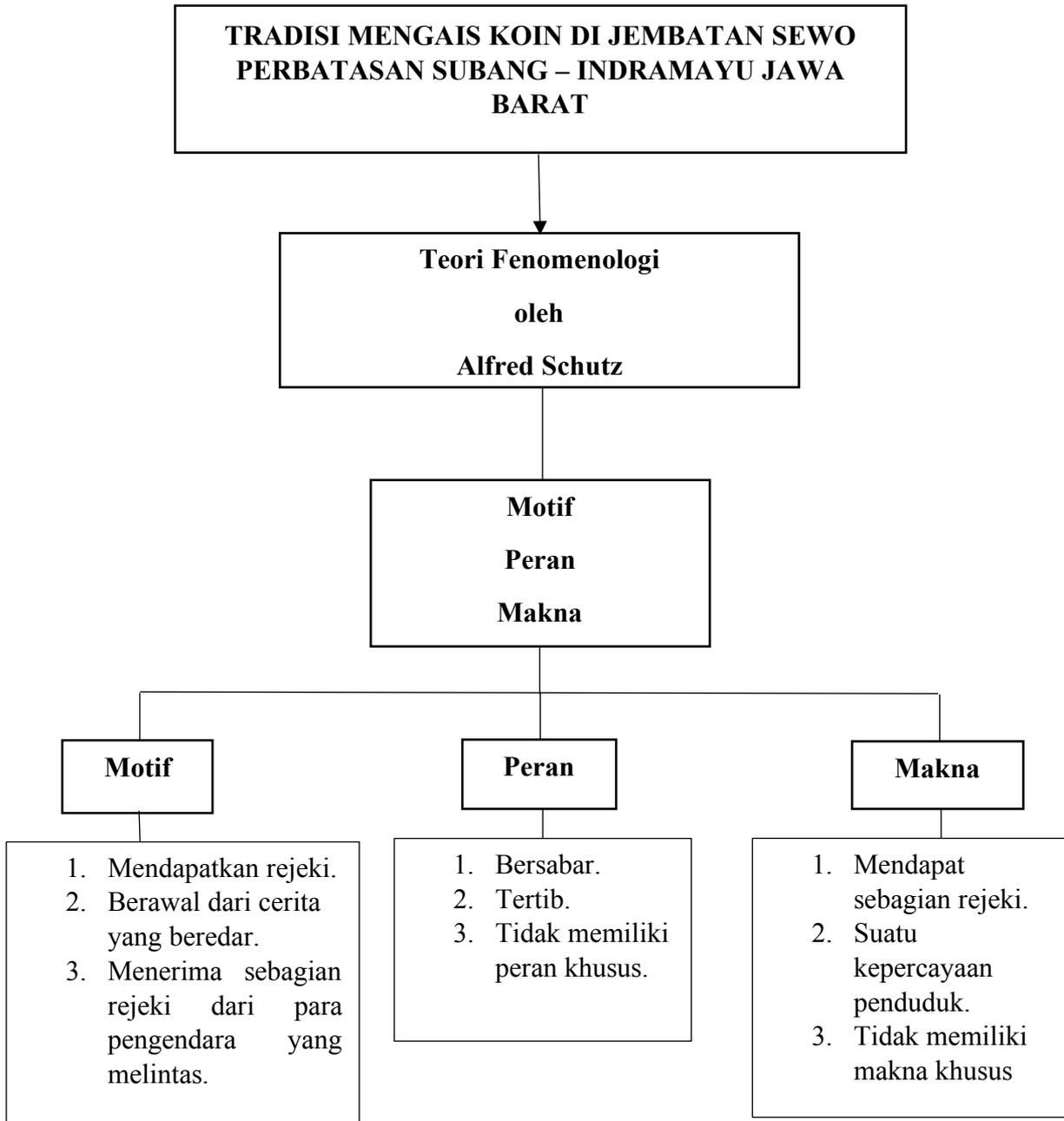
Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang difokuskan menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Pemikiran Schutz yang dikutip dari Kuswarno dalam buku Fenomenologi memaparkan bahwa:

“Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan implits. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.” (2009:18)

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

Bagan 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran



(Sumber: Teori Fenomenologi Schutz, Modifikasi Peneliti dan Pembimbing 2019).

