

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Literatur**

##### **2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Review Penelitian Sejenis adalah uraian tentang teori, temuan, dan bahan penelitian lainnya yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas dari perumusan masalah yang ingin diteliti. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa kajian literatur sebagai pendukung data-data yang di dapatkan mengenai penelitian tersebut. Peneliti menemukan beberapa referensi sebagai pembanding untuk acuan agar lebih baik kedepannya. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang peneliti untuk melakukan penelitian, yaitu:

#### 1. Mochamad Alfirizqie Widiarto

Judul Skripsi: Fanatisme Supporter Persib Bandung Di Kalangan Masyarakat Ciwastra (Studi Fenomenologi Mengenai Fanatisme Supporter Persib Bandung di Kalangan Masyarakat Ciwastra)

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui motif, makna, tindakan dari bobotoh dalam mendukung tim Persib Bandung. Metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dengan didasari oleh teori Alfred Schutz yaitu menggambarkan atau mengungkap suatu fenomena. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data

observasi, wawancara secara mendalam dan interpretasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra dalam mendukung Persib Bandung yaitu karena turun-temurun dari orang tuanya. Tindakan fanatic bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra dalam mendukung Persib Bandung rela berkorban materil dan waktu. Makna Persib Bandung bagi bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra ialah Persib sudah melebihi dari sekadar klub sepak bola. Persib dianggap menjadi identitas sepakbola di Bandung bahkan Jawa Barat.

## 2. Elna Revelita

Judul Skripsi: Interaksi Simbolik Pada Komunitas Hansamo Di Bandung

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi simbolik yang terjalin berdasarkan pada bagaimana memahami makna, bahasa dan pemikiran saat berinteraksi. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori Interaksi Simbolik dari Herbert Blumer yang berfokus pada tiga prinsip utama Interaksi Simbolik, yaitu tentang pemaknaan (meaning), bahasa (language), dan pikiran (thought) untuk mengukur focus penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, observasi langsung dan online, studi dokumentasi, dan wawancara. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya komunitas Hansamo, para anggota komunitas dapat menuangkan ide-ide kreatif dalam menginterpretasikan pemahaman mereka tentang budaya Korea itu sendiri. Komunitas Hansamo juga memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk berinteraksi simbolik keapda sesame anggota komunitas dengan menerapkan budaya

Korea sebagai bahasa dalam berinteraksi sosial. Dari salah satu hal tersebut timbul kesamaan makna yang didapatkan melalui proses negosiasi penggunaan bahasa dari interaksi sosial sesama anggota komunitas.

### 3. Jariman

Judul Skripsi: Perilaku Komunikasi Homoseksual Dalam Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Perilaku Komunikasi Homoseksual Melalui Aplikasi Tinder Dalam Mencari Pasangan di Kota Bandung)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi homoseksual dalam mencari pasangan melalui aplikasi Tinder, dengan menggunakan tiga perilaku diantaranya Interaksi, Tindakan, dan Hubungan. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Dalam metode ini peneliti akan menggambarkan bagaimana situasi di lapangan tempat penelitian dilakukan. Dengan menggunakan beberapa tahapan yaitu studi kepustakaan serta studi lapangan dengan proses pengambilan data melalui observasi, dan juga wawancara. Berdasarkan hasil penelitian Perilaku Komunikasi Homoseksual Dalam Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder di Kota Bandung, peneliti mendapatkan hasil yaitu perilaku komunikasi yang dilakukan homoseksual di Kota Bandung berjalan cukup baik dimulai dari interaksi, tindakan, dan hubungan. Terlihat dari informan yang menjalin hubungan lewat aplikasi *Tinder* bisa bertahan lama setelah terjadinya hubungan.

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

Peneliti	Mochamad Alfirizqie Widiarto	Elna Revelita	Jariman
Judul	Fanatisme Supporter Persib Bandung Di Kalangan Masyarakat Ciwastra (Studi Fenomenologi Mengenai Fanatisme Supporter Persib Bandung di Kalangan Masyarakat Ciwastra)	Interaksi Simbolik Pada Komunitas Hansamo Di Bandung	Perilaku Komunikasi Homoseksual Dalam Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Perilaku Komunikasi Homoseksual Melalui Aplikasi Tinder Dalam Mencari Pasangan di Kota Bandung)
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif, makna, tindakan dari bobotoh dalam mendukung tim Persib Bandung. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi simbolik yang terjalin berdasarkan pada bagaimana memahami makna, bahasa dan pemikiran saat berinteraksi.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi homoseksual dalam mencari pasangan melalui aplikasi Tinder, dengan menggunakan tiga

	<p>motif bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra dalam mendukung Persib Bandung yaitu karena turun-temurun dari orang tuanya. Tindakan fanatic bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra dalam mendukung Persib Bandung rela berkorban materil dan waktu. Makna Persib Bandung bagi bobotoh di kalangan masyarakat Ciwastra ialah Persib sudah melebihi dari sekadar klub sepak bola. Persib dianggap menjadi identitas sepakbola di Bandung bahkan Jawa Barat.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa dengan adanya komunitas Hansamo, para anggota komunitas dapat menuangkan ide-ide kreatif dalam menginterpretasikan pemahaman mereka tentang budaya Korea itu sendiri. Komunitas Hansamo juga memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk berinteraksi simbolik kepada sesama anggota komunitas dengan menerapkan budaya Korea sebagai bahasa dalam berinteraksi sosial. Dari salah satu hal tersebut timbul kesamaan makna yang didapatkan melalui proses negosiasi penggunaan bahasa dari interaksi sosial</p>	<p>perilaku diantaranya Interaksi, Tindakan, dan Hubungan. Berdasarkan hasil penelitian Perilaku Komunikasi Homoseksual Dalam Mencari Pasangan Melalui Aplikasi Tinder di Kota Bandung, peneliti mendapatkan hasil yaitu perilaku komunikasi yang dilakukan homoseksual di Kota Bandung berjalan cukup baik dimulai dari interaksi, tindakan, dan hubungan. Terlihat dari informan yang menjalin hubungan lewat aplikasi <i>Tinder</i> bisa bertahan lama setelah terjadinya hubungan.</p>
--	---	--	--

		sesama anggota komunitas.	
--	--	------------------------------	--

*Sumber: Modifikasi Peneliti, 2023*

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas, berbeda dengan penelitian ini, dimulai dari objek penelitian dan masalah yang dibahas. Peneliti mencoba membandingkan dalam hal fokus penelitiannya yaitu Perilaku Komunikasi. Dengan penelitian ini peneliti mencoba membahas masalah Perilaku Komunikasi dengan objek yang berbeda, yaitu Perilaku Komunikasi Northernwall Dalam Memberikan Dukungan Pada Persib Bandung.

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan bagian yang terpenting dalam kehidupan sehari-hari, tidak dapat dihindari bahwa sejak lahir manusia sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Bahkan manusia akan saling membutuhkan dengan yang lainnya. Penjelasan dari kesimpulan mengenai komunikasi dalam buku "*Komunikasi hubungan masyarakat*" dapat diartikan bahwa komunikasi merupakan jalinan interaksi antar manusia baik individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok.

Bahwa kita sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur yang terpenting dalam kehidupan, komunikasi menjadi salah satu kebutuhan dasar individu dalam berinteraksi didalam kelompoknya. Dalam kegiatan komunikasi akan timbul

jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat dari adanya hubungan sosial. Tujuan komunikasi bukan hanya informatif atau sebagai cara penyampaian pesan tetapi juga menjadi salah satu bentuk dalam menjalin suatu hubungan, baik individual dalam kelompok maupun organisasi. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan kegiatan dan lain-lain. Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Terlihat jelas jika komunikasi merupakan inti dari semua hubungan sosial. Manusia yang merupakan makhluk sosial membutuhkan komunikasi sebagai sarana atau alat untuk mencapai segala keinginannya baik rasa ingin tahu, ingin maju dan berkembang. Hal tersebut merupakan salah satu ciri bahwa kita adalah makhluk sosial, dan salah satunya komunikasi yang merupakan alat untuk berinteraksi makhluk hidup khususnya manusia, dalam pergaulan hidup manusia, masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi, maka dari itu terjadilah saling ungkapan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan.

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan berorganisasi saja, namun dalam kehidupan sehari-hari juga. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara berinteraksi langsung sampai lewat sebuah

media dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan merubah cara komunikasi secara drastic. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata saja melainkan bisa berbentuk dari interaksi seperti senyum, anggukan kepala dan Gerakan tubuh lainnya, dengan diterimanya pengertian yang komunikator sampaikan kepada komunikan maka komunikasi berjalan secara efektif.

Secara etimologi dari buku *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”* dalam (Mulyana, 2017) menjelaskan bahwa:

***“Komunikasi berasal dari Bahasa latin yaitu communis yang mempunyai arti “sama”. Artinya, komunikasi mengusulkan bahwa suatu makna, pikiran maupun pesan harus dapat berjalan sama. Istilah communis merupakan istilah yang paling sering digunakan sebagai asal muasal kata komunikasi. Kata communis sendiri merupakan akar kata dari kata coummunico yang memiliki arti “membagi”.***

Terkait dengan pengertian komunikasi pada dasarnya tidak ada istilah benar dan salah. Ada banyak kata untuk mendefinisikan apa itu komunikasi. Seperti komunikasi berasal dari kata community yang mempunyai arti sebuah komunitas yang juga dapat ditekankan bahwa komunikasi ini berkaitan dengan kesamaan dan kebersamaan.

Everett M. Roger berpendapat yang dikutip oleh (Mulyana, 2017) dalam buku karyanya *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”* menjelaskan bahwa:

***“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.***



Selain itu menurut Schram yang dikutip oleh (Effendy U, 2010) dalam bukunya yang berjudul *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”* Menyatakan bahwa:

***“Penyebab utama terjadinya komunikasi yang efektif itu adalah karena adanya kesamaan dalam frame of reference atau kerangka acuan dan field of experience atau bidang pengalaman”.***

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih. Proses komunikasi merupakan sebuah bentuk dan kegiatan pertukaran pesan dan informasi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat diterima maksud dan tujuannya. Sehingga terbentuk adanya sebuah kesamaan makna dan pengertian dari pesan yang di sampaikan kepada pengirim pesan.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan makhluk sosial di seluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi bisa di lakukan dengan media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia. Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh pihak lain. Tetapi komunikasi yang efektif itu apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama dengan baiknya oleh pihak lain atau penerima pesan tersebut.

### 2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri. Secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang di berikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang yang dapat kita sampaikan dapat terima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Pada hakikatnya komunikasi merupakan sebuah proses terjadinya pernyataan antara manusia. Hal ini merupakan sebuah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan komunikasi sebagai alat penyalurnya.

Adapun pendapat lain menurut (Mulyana, 2017) dalam bukunya yaitu *“Komunikasi Suatu Pengantar”* mengemukakan pengertian komunikasi sebagai berikut: *“Komunikasi adalah suatu proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal”*.

Adapun pendapat dari Laswell dalam (Mulyana, 2017) dalam bukunya bahwa:

*“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan apa atau hasil apa? (Who? Says What? In Which channel? To Whom? With what effect?”*

Tujuan Komunikasi menurut (Effendy U, 2003:55) dalam bukunya *“Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”* bahwa terdapat tujuan komunikasi yang meliputi:

1. **Mengubah sikap (*to change the attitude*)**

**Setiap pesan baik itu berbentuk berita dan informasi yang disampaikan secara luar baik secara antar personal dapat merubah sikap sesamanya secara bertahap.**

2. **Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)**  
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. **Mengubah perilaku (*to change the behavior*)**  
Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.
4. **Mengubah masyarakat (*to change the society*)**  
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat merubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan dapat merubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator. Kesimpulan dari tujuan komunikasi tersebut adalah mengharapkan perubahan dari sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial, serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan di terima oleh komunikan dan dapat menghasilkan umpan balik.

#### **2.2.1.3 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi adalah bagaimana para peserta komunikasi bertukar pesan sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara mereka. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya.

Menurut (Effendy U, 2003), bahwa Proses Komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

## 1. Proses Komunikasi primer

Proses Komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu bentuk ide, informasi atau opini, baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

## 2. Proses Komunikasi sekunder

Proses Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, fax, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin

berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

Pada umumnya memang bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi karena bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan pikiran, ide, pendapat, dan sebagainya, baik mengenai hal yang abstrak maupun yang konkret, tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu atau masa mendatang karena itulah pula maka kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa.

#### **2.2.1.4 Prinsip-Prinsip Komunikasi**

Prinsip-prinsip komunikasi menurut (Mulyana, 2017:91), dalam bukunya yang berjudul "*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*" terdapat 12 prinsip komunikasi yang akan dijabarkan sebagai berikut.

##### **1. Komunikasi adalah proses simbolik**

**Lambang atau symbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya. Berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang berdera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan Bahasa dan menangani hubungan antar manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tertentu. Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga di representasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan, ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang di representasikannya. Representasi ini ditandai dengan kemiripan.**

2. **Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi**  
Kita tidak dapat berkomunikasi (*we can't not communicate*) tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri, Cobalah anda meminta seseorang untuk tidak berkomunikasi. Amat sulit baginya untuk bebubuat demikian, karena setiap perilakunya punya potensi untuk ditafsirkan. Bahkan Ketika kita berdiam sekalipun, Ketika kita mengundurkan diri dari komunikasi dan lalu menyendiri, sebenarnya kita mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain mungkin akan menafsirkan diam kita sebagai pemalu, segan, ragu-ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, malas atau bodoh.
3. **Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan**  
Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi ini menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sementara itu, dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
4. **Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan**  
Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Kesenjangan bukanlah syarat untuk terjadinya komunikasi. Meskipun kita tidak sama sekali bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain, perilaku kita potensial ditafsirkan orang lain. Kita tidak dapat mengendalikan orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita.
5. **Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu**  
Makna pesan juga bergantung pada kontak fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis, topik-topik yang lazim dipercakapkan dirumah, tempat kerja, atau tempat hiburan seperti lelucon, acara televisi, mobil, bisnis atau perbandingan terasa kurang sopan bila di kemukakan di masjid. Sama halnya seperti tertawa terbahagk-bahak atau memakai pakaian dengan warna menyala, seperti merah, sebagai perilaku nonverbal yang wajar dalam suatu acara pesta persepsi kurang beradab bila hal itu ditampakkan dalam acara pemakaman.
6. **Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi**  
Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan atau tata krama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.
7. **Komunikasi bersifat sistemik**  
Setiap individu adalah sistem yang hidup, organ dalam tubuh juga terhubung. Hal itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu. Setidaknya dua system dasar beroperasi dalam

transaksi komunikasi itu, yaitu system internal dan system eksternal. System internal adalah seluruh system nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia serap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialisasinya (keluarga, masyarakat setempat, kelompok agama, lembaga, lembaga pendidikan dan sebagainya). Sementara itu, system eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan diluar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya. Elemen-elemen ini adalah stimulus public yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi.

8. Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektifnya komunikasi.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi. Dalam kenyataannya tidak pernah ada dua manusia yang persis sama, meskipun mereka kembar yang diasuh dan dilahirkan dalam keluarga yang sama dan diasuh dengan cara yang sama. Namun kesamaan dalam hal-hal tertentu, misalnya agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik dan pada gilirannya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memahami bahasa yang sama.

9. Komunikasi bersifat non konsekuensial

Sebenarnya komunikasi manusia adalah bentuk dasarnya (komunikasi tatap muka) bersifat dua-arah. Ketika seseorang berbicara dengan yang lainnya, atau kepada sekelompok orang seperti dalam rapat atau kuliah, sebetulnya komunikasi itu berjalan dua arah, karena orang-orang yang kita anggap sebagai pendengar atau penerima pesan sebenarnya juga menjadi pembicara atau pemberi pesan pada saat yang sama, yaitu lewat perilaku nonverbal mereka.

10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional

Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang disinambungkan.

11. Komunikasi bersifat irreversible

Suatu perilaku merupakan suatu peristiwa, oleh karena itu peristiwa, perilaku berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali”. Dalam komunikasi, sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.

12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah

Banyak konflik dan persoalan antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun, komunikasi bukanlah panacea (obat mujarab)

**untuk menyelesaikan sebuah konflik dan persoalan itu, karena persoalan atau konflik itu berkaitan dengan masalah struktural. Agar komunikasi efektif kendala struktural ini juga harus diatasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi adalah mencakup banyak hal seperti simbol, lambang, ikon, bahkan orang yang sedang diam pun menunjukkan banyak sekali pesan yang banyak dipersepsikan, orang-orang komunikasi mempunyai aturannya sendiri dan komunikasi terikat dengan ruang dan waktu.**

### **2.2.2 Komunikasi Kelompok**

Diera digital saat ini suatu kelompok industri kreatif sangat dibutuhkan di berbagai bidang yang dapat berinteraksi dengan baik satu sama lain dan mempunyai suatu tujuan yang sama, oleh karena itu kelompok diartikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda.

Sekelompok orang yang menjadi komunikasi itu bisa sedikit, bisa juga banyak. Jika jumlah orang dalam kelompok itu sedikit, berarti kelompok itu kecil. Maka, komunikasi yang terjadi disebut sebagai komunikasi kelompok kecil (*small group communication*). Jika jumlahnya besar banyak, yang berarti kelompoknya besar, dinamakan komunikasi kelompok besar (*large group communication*) dalam (Suyomukti, 2012:177)

Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small-group communication*), jadi bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan



ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi.

Menurut Michael Burgoon yang dikutip oleh (Rismawaty, 2014) dalam bukunya yang berjudul *“Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communications)”* mengatakan bahwa:

*“Batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri, atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Rismawaty, 2014:182)*

#### **2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Kelompok**

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi – fungsi tersebut menurut Michael Burgoon dalam (Ryan et al., 2013) yang di sadur oleh Pratikto ada empat fungsi diantaranya mencakup:

- 1. Hubungan Sosial, merupakan suatu bentuk interaksi yang dibangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal dengan satu sama lainnya. Sehingga kelompok mampu membangun hubungan sosial secara internal dan eksternal.**
- 2. Pendidikan, memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan agar membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.**
- 3. Persuasif, dengan cara berkomunikasi kelompok harus mengandung persuasif atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Serta memberikan komunikasi persuasif untuk memberikan pendapat dari komunikator.**
- 4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. (Rakhmat, 2008:67) Dari beberapa fungsi diatas maka komunikasi kelompok memberikan pemahaman bahwa dalam komunikasi kelompok harus memiliki hubungan sosial, pendidikan, persuasif, dan pemecahan masalah.**

**Sehingga, mengikat anggotanya secara emosional ketika suatu anggota tersebut berada dalam suatu kelompok.**

#### **2.2.2.2 Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi**

Berdasarkan buku “*Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World of Communication)*” oleh (Rismawaty, 2014:191), ada 3 macam pengaruh kelompok, yaitu konformitas, fasilitasi sosial, dan polarisasi.

##### **1. Konformitas**

**Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau yang dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.**

##### **2. Fasilitasi Sosial**

**Fasilitasi menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga terasa menjadi lebih “mudah”.**

##### **3. Polarisasi**

**Polarisasi boleh jadi disebabkan pada proporsi argumentasi yang menyokong sikap atau tindakan tertentu. polarisasi mengandung beberapa implikasi negative. Pertama, kecenderungan kearah *ekstremisme*, menyebabkan peserta komunikasi menjadi lebih jauh dari dunia nyata. Gejala ini disebut Irving Janis sebagai groupthink. Kedua, polarisasi akan mendorong *ekstremisme* dalam kelompok gerakan sosial atau politik. Kelompok seperti ini biasanya menarik anggota-anggotanya yang memiliki pandangan yang sama. Ketika mereka berdiskusi, pandangan yang sama ini makin dipertegas sehingga mereka makin yakin akan kebenarannya. (Rismawaty, 2014: 191)**

#### **2.2.3 Perilaku Komunikasi**

Meninjau pada Kuswarno (2013:103) dalam (Ryan et al., 2013) perilaku komunikasi yaitu penggunaan lambang-lambang komunikasi. Lambang-lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan nonverbal.

Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab-musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

### **2.2.5 Supporter**

Menurut Suryanto dari Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya dalam (Effendy, 2003), makna supporter itu berbeda dengan makna penonton biasa. Secara harfiah, istilah “penonton” berasal dari perawalan dan kata kerjatonton dalam bahasa Indonesia. Awalan pe- dalam hal ini berarti orang yang melakukan pekerjaan sesuai dengan kata kerja. Bila kata kerjanya tonton, maka penonton berarti orang yang menyaksikan suatu pertunjukan atau tontonan.

Sementara itu menurut akar katanya, kata “suporter” berasal dari kata kerja (verb) dalam bahasa Inggris to support dan akhiran (suffict) –er. To supporter artinya mendukung, sedangkan akhiran –er menunjukkan pelaku. Jadi suporter dapat diartikan sebagai orang yang memberikan suport atau dukungan. Dalam hal ini, peranan penting supporter adalah memberikan dukungan kepada klub kebanggannya baik dukungan secara moral maupun materil. Andai kata sebuah klub tidak mempunyai basis supporter, mungkin klub tersebut akan sulit berprestasi.

Dilihat dari kedua pengertian di atas jelaslah apabila antara ‘penonton’ dan ‘suporter’ memiliki makna yang berbeda, terlebih lagi apabila kata tersebut digunakan dalam persepakbolaan. Penonton adalah orang yang melihat atau menyaksikan pertandingan sepakbola, sehingga bersifat pasif. Sementara itu suporter adalah orang yang memberikan dukungan, sehingga bersifat aktif. Di lingkungan sepakbola, suporter erat kaitannya dengan dukungan yang dilandasi oleh perasaan cinta dan fanatisme terhadap tim.

### **2.2.7 Fanatisme**

Menurut Robles (2013) dalam (Manuaba & Supriyadi, 2018), fanatisme digambarkan sebagai suatu kepatuhan penuh gairah tanpa syarat, antusiasme yang berlebihan terhadap suatu hal tertentu, keras kepala, tanpa pandang bulu atau menggunakan cara-cara dengan kekerasan. Robles juga menambahkan bahwa fanatisme ditandai dengan adanya pemikiran dogmatis, tidak memiliki toleransi terhadap perbedaan dan keinginan untuk memaksakan pandangan secara sepihak, rasa harga diri meningkat dan merasa berkuasa.

Kefanatikan di dunia olahraga turut mempengaruhi perkembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. Fans klub olahraga dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal (Zillmann, 2003). Ini terkait dengan harga diri, pelarian dari kehidupan sehari-hari, hiburan,

kebutuhan keluarga, faktor ekonomi, dan kualitas estetik atau seni. Namun, seorang fan biasanya memilih satu tim tertentu untuk digemari.

### **2.2.8 Casuals**

Casuals merupakan salah satu bagian dari budaya didalam sepak bola, yang identik dengan hooligansime dan pakaian-pakaian mahal bermerek. Mereka tidak lagi mengenakan atribut-atribut beraroma logo-logo klub kesayangan, agar tidak dikenali, sehingga lebih mudah untuk menyusup kelompok musuh dan untuk masuk kedalam pub. Jenis-jenis musik yang disukai oleh para Casuals pada akhir dekade 70-an adalah Oi!, Mod, dan Ska. Tak heran, karena beberapa Casuals itu merupakan pengikut dari sub kultur skinhead, mod, dan rude boy. Pada era 90-an saat sub kultur alternatif baru yang bernama Britpop, yang digunakan untuk melawan arus Grunge, para Casuals ini pun menjadi penggemar Britpop. Ada pengaruh kuat dari budaya Rave terhadap Casuals, rave sendiri cenderung menyerukan perdamaian, sehingga banyak dari Casuals ini yang mengenakan pakaian-pakaian khas mereka, namun justru menjauhkan diri dari tindak hooliganisme.

Casuals mulai tumbuh dan berubah setelah pendukung Liverpool, memperkenalkan merek-merek fashion Eropa yang mereka peroleh saat menemani klub kesayangan mereka melawan klub Perancis, Saint Etienne. Para pendukung Liverpool yang menemani klub kesayangan mereka menjalani laga melawan klub-klub Eropa, pulang ke Inggris dengan membawa pakaian-pakaian bermerek dari

Italia dan Perancis, yang merekajarah dari toko-toko. Pada saat itu, para polisi masih fokus pada pendukung yang bergaya Skinhead, dengan sepatu boots khususnya, Dr. Martens, dan tidak memperhatikan para penggemar yang menggunakan pakaian-pakaian mahal karya desainer-desainer ternama.

Pada pertengahan 1990-an, subkultur Casuals mengalami kebangkitan besar, tetapi penekanan pada gaya telah sedikit berubah. Banyak para penggemar sepak bola mengadopsi Casuals tampak sebagai semacam seragam, mengidentifikasi bahwa mereka berbeda dari pendukung klub biasa. Merek seperti Adidas Originals, Stone Island, Aquascutum, Burberry dan CP company terlihat di hampir setiap klub, serta merek-merek klasik favorit seperti Lacoste, Paul & Shark dan Pharabouth. Casual fashion telah mengalami peningkatan popularitas di tahun 2000-an, setelah beberapa band-band Inggris seperti The Streets dan The Mitchell Brothers menggunakan pakaian kasual olahraga dalam video musik mereka. Budaya Casuals pun telah diangkat ke dalam media visual seperti film-film seperti *ID*, *The Firm*, *Cass*, *The Real Football Factory* dan *Green Street Hooligans 1 & 2*.

Beragam subkultur luar negeri mewarnai tribun stadion di Indonesia. Ultras, Casuals, Barra Bravas dan lain-lain. Yang menarik adalah pengadopsian subkultur Casuals. Dengan segala kebesarannya di Eropa, subkultur ini menjadi representasi dari masyarakat Inggris. Inggris merupakan negara di mana sepak bola modern dilahirkan. Maka tidak heran jika sepak bola Inggris menjadi kiblat bagi

negara-negara di dunia. Baik dari sisi permainan sepak bolanya itu sendiri maupun dari suporteranya. Salah satunya Indonesia.

Dalam perjalanannya, di Indonesia mulai bermunculan kelompok suporter yang mengadopsi subkultur Casuals. Sudah banyak terbentuk di beberapa kota besar seperti di Bandung dengan Flowers City Casuals yang didirikan pada tahun 2005, dan di Jakarta dengan Tiger Bois, dan masih banyak lagi.

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Interaksi Simbolik**

#### **2.3.1.1 Pengertian Interaksi Simbolik**

Interaksi adalah istilah dan garapan sosiologi, sementara simbolik merupakan garapan komunikologo atau ilmu komunikasi. *Symbolic Interactionism Theory* (Teori interaksi simbolik) merupakan teori yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk makna melalui proses komunikasi. Teori interaksi simbolik berfokus pada pentingnya konsep diri dan persepsi yang dimiliki individu berdasarkan interaksi dengan individu lain.

Dasar dari teori interaksionisme simbolik adalah teori behaviorisme sosial, yakni memusatkan diri sendiri pada interaksi alami yang terjadi antara individu dalam masyarakat dan sebaliknya, masyarakat dan individu. Interaksi yang muncul berkembang lewat simbol-simbol yang diciptakan, meliputi gerak tubuh, suara, gerak fisik, ekspresi hingga dilakukan dengan sadar.

Ada tiga dasar pemikiran penting menurut Herbert Blumer untuk mengawali pemikirannya mengenai interaksi simbolik dalam buku “*Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*” (Effendy U, 2003) menyatakan bahwa:

1. **Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya. (*Human beings act toward things on the basis of the meanings that the things have for them*)**
2. **Makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain. (*The meaning of such things is derived from, or arises out, the social interaction that one has with one's fellows*)**
3. **Makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui, proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya (*These meanings are handled in, and modified through, an interpretive process used by the person in dealing with the he encounters*) (Littlejohn, 1978:62)**

Margaret M. Poloma (1984) mencatat, perspektif interaksionisme simbolik yang dikemukakan Blumer setidaknya mengandung beberapa ide dasar sebagai berikut:

1. **Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial.**
2. **Interaksi terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi nonsimbolik mencakup stimulus respon, sedangkan interaksi simbolik mencakup penafsiran tindakan-tindakan.**
3. **Objek-objek tidak mempunyai makna yang intrinsic. Makna lebih merupakan produk interaksi simbolik. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, a) objek fisik; b) objek sosial; c) objek abstrak.**
4. **Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal, mereka juga dapat melihat dirinya sebagai objek.**
5. **Tindakan manusia adalah tindakan interpretative yang dibuat manusia itu sendiri.**
6. **Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan “tindakan**



bersama”. Sebagian besar “tindakan bersama” tersebut dilakukan secara berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Dan disaat lain ia bisa melahirkan suatu kebudayaan.

Menurut Herbert Blumer ada lima gagasan interaksi simbolik yang dikutip Alex Sobur dalam “Semiotika Komunikasi” dalam (*Sobur, 2009*), yaitu:

1. **Konsep diri (*self*)**, memandang manusia bukan semata-mata organisme yang bergerak dibawah pengaruh stimulus, baik dari luar maupun dari dalam, melainkan “organisme yang sadar akan dirinya” (*an organism having a self*). Ia mampu memandang diri sebagai objek pikirannya dan bergaul atau berinteraksi dengan diri sendiri.
2. **Konsep perbuatan (*action*)**, karena perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri, maka perbuatan itu berlainan sama sekali dengan gerak makhluk hidup selain manusia. Manusia menghadapi berbagai persoalan kehidupannya dengan beranggapan bahwa ia tidak dikendalikan oleh situasi, melainkan merasa diri di atasnya. Manusia kemudian merancang perbuatannya. Perbuatan manusia itu tidak semata-mata sebagai reaksi biologis, melainkan hasil kontruksinya.
3. **Konsep objek (*object*)**, memandang manusia hidup ditengah-tengah objek. Objek itu dapat bersifat fisik seperti kursi, atau khayalan, kebendaan atau abstrak seperti konsep kebebasan, atau agak kabur seperti ajaran filsafat. Inti dari objek itu tidak ditentukan oleh ciri-ciri intrinsiknya, melainkan oleh minat orang dan ari yang dikenakan kepada objek-objek itu.
4. **Konsep interaksi sosial (*social interaction*)**, interaksi bahwa setiap peserta masing-masing memindahkan diri mereka secara mental ke dalam posisi orang lain. Dengan berbuat demikian, manusia mencoba memahami maksud aksi yang dilakukan oleh orang lain, sehingga

**interaksi dan komunikasi dimungkinkan terjadi. Interaksi itu tidak hanya berlangsung melalui gerak-gerik saja, melainkan melalui symbol-simbol yang perlu dipahami dan dimengerti maknanya. Dalam interaksi simbolik, orang mengartikan dan menafsirkan gerak-gerik orang lain dan bertindak sesuai dengan makna itu.**

- 5. Konsep tindakan bersama (*join action*), artinya aksi kolektif yang lahir dari perbuatan masing-masing peserta kemudian dicocokkan dan disesuaikan satu sama lain. Inti dari konsep ini adalah penyerasian dan peleburan banyak arti, tujuan, pikiran dan sikap (Umiarso & Elbadiansyah, 2014:173-174).**

Didalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi Northernwall dalam mendukung Persib Bandung dilihat dari pandangan Teori Interaksi Simbolik dari Herbert Blumer dan kelima gagasan interaksi simbolik tersebut menjadi bahan acuan peneliti dalam penelitian yang berjudul Perilaku Komunikasi Northernwall Dalam Memberikan Dukungan Pada Persib Bandung.

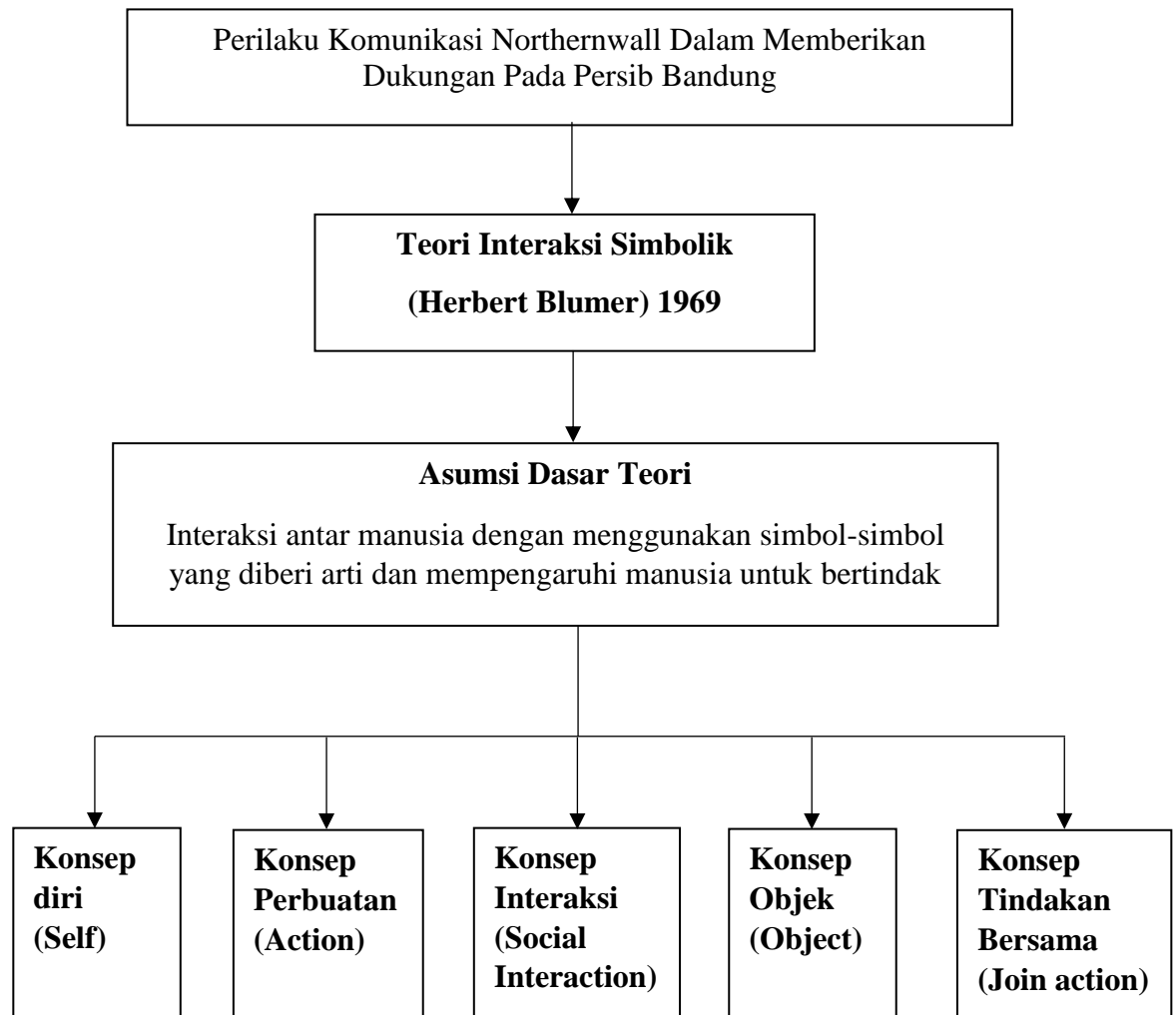
## **2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Dalam penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana “Perilaku Komunikasi Northernwall Dalam Memberikan Dukungan Pada Persib Bandung”. Pembahasan mengenai judul tersebut akan dilihat dari pandangan teori Interaksi Simbolik menurut Herbert Blumer. *Symbolic Interactionism Theory* (Teori interaksi simbolik) merupakan salah satu teori yang

banyak digunakan dalam penelitian sosiologi, makna sosial diperoleh melalui proses interpretasi dan komunikasi terhadap simbol-simbol di lingkungan sekitar. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna dan memberikan lima gagasan, yaitu *self, action, object, social interaction, dan join action*.

Kerangka pemikiran adalah narasi atau pernyataan tentang kerangka konsep penyelesaian masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka pemikiran adalah sebuah penelitian kualitatif, dan sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Melalui uraian dalam kerangka teoritis, peneliti dapat menjelaskan secara komprehensif variable-variable apa saja yang diteliti dan dari teori apa variable yang tercantum dalam rumusan masalah dan identifikasi masalah semakin jelas asal-usulnya.

Dalam penelitian ini peneliti membuat model kerangka pemikiran untuk memudahkan jalannya penelitian dengan judul “Perilaku Komunikasi Northernwall Dalam Memberikan Dukungan Pada Persib Bandung”. Dengan adanya kerangka pemikiran diharapkan pembaca dapat lebih mudah dalam memahami penelitian.



**Gambar 2. 1** Bagan Kerangka Pemikiran

*Sumber: Hasil modifikasi peneliti dengan pembimbing, 2022*